

RO/KR 21.04.2004

RECD 10 MAY 2004

WCT

FUT

대한민국 특허청

KOREAN INTELLECTUAL
PROPERTY OFFICE

별첨 사본은 아래 출원의 원본과 동일함을 증명함.

This is to certify that the following application annexed hereto
 is a true copy from the records of the Korean Intellectual
 Property Office.

출원번호 : 10-2003-0025400
 Application Number

출원년월일 : 2003년 04월 22일
 Date of Application APR 22, 2003

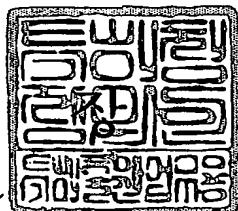
출원인 : 엔에이치엔(주)
 Applicant(s) NHN Corporation

**PRIORITY
DOCUMENT**
SUBMITTED OR TRANSMITTED IN
COMPLIANCE WITH RULE 17.1(a) OR (b)

2004 년 04 월 21 일

특허청

COMMISSIONER



【서지사항】

【서류명】	특허출원서
【권리구분】	특허
【수신처】	특허청장
【제출일자】	2003.04.22
【발명의 명칭】	인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 방법과 그 시스템
【발명의 영문명칭】	A METHOD OF INTRODUCING ADVERTISEMENTS AND PROVIDING THE ADVERTISEMENTS BY USING ACCESS INTENTIONS OF INTERNET USERS AND A SYSTEM THEREOF
【출원인】	
【명칭】	엔에이치엔 (주)
【출원인코드】	1-1999-037388-8
【대리인】	
【성명】	천성진
【대리인코드】	9-2002-000294-5
【포괄위임등록번호】	2002-077078-8
【발명자】	
【성명의 국문표기】	박상원
【성명의 영문표기】	PARK, Sang Won
【주민등록번호】	730805-1469214
【우편번호】	463-010
【주소】	경기도 성남시 분당구 정자동 102 한솔마을 411-904
【국적】	KR
【발명자】	
【성명의 국문표기】	한재영
【성명의 영문표기】	HAN, Jae Young
【주민등록번호】	780228-1056429
【우편번호】	158-056
【주소】	서울특별시 양천구 목6동 목동 신시가지 아파트 130동 305호
【국적】	KR
【발명자】	
【성명의 국문표기】	나권수
【성명의 영문표기】	NA, Kwon Su

【주민등록번호】 790516-1654913
【우편번호】 520-100
【주소】 전라남도 나주시 남외동 168-19
【국적】 KR
【심사청구】 청구
【취지】 특허법 제42조의 규정에 의한 출원, 특허법 제60조의 규정에 의한 출원심사 를 청구합니다. 대리인
천성진 (인)
【수수료】
【기본출원료】 20 면 29,000 원
【가산출원료】 35 면 35,000 원
【우선권주장료】 0 건 0 원
【심사청구료】 22 항 813,000 원
【합계】 877,000 원

【요약서】**【요약】**

본 발명은 인터넷을 이용하는 사용자의 관심 분야, 즉 사용자의 접속 의도(intention)를 파악하고, 이를 이용하여 인터넷 상에서 다수의 광고주로부터 광고를 유치하며, 유치된 광고를 인터넷 상에서 사용자에게 제공하기 위한 방법 및 그 시스템에 관한 것이다.

본 발명의 바람직한 일실시예에 따른 인터넷 상에서 광고를 유치하기 위한 목록을 생성하는 방법은 인터넷을 이용하는 사용자로부터 소정의 이벤트를 입력 받는 단계; 상기 입력된 소정의 이벤트를 이력 데이터로서 기록하는 단계; 상기 이력 데이터의 유형을 분석하는 단계; 상기 분석된 유형을 기초로 소정의 기준에 따라 상기 이력 데이터 중에서 상기 사용자의 관심 분야로 판단되는 키워드 데이터를 추출하는 단계; 상기 추출된 키워드 데이터를 포함하는 소정의 광고 파일을 작성하는 단계; 상기 광고 파일에 포함된 키워드 데이터에 대한 소정의 정보를 각각 분류하여 저장하기 위한 키워드 데이터베이스를 유지하는 단계; 및 상기 사용자로부터 입력되는 이벤트에 따라 상기 키워드 데이터베이스에 저장된 상기 정보를 갱신하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 한다.

【대표도】

도 9

【색인어】

인터넷 광고, 광고 유치, 광고 제공, 노출수, 검색 엔진

【명세서】**【발명의 명칭】**

인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 방법과 그 시스템{A METHOD OF INTRODUCING ADVERTISEMENTS AND PROVIDING THE ADVERTISEMENTS BY USING ACCESS INTENTIONS OF INTERNET USERS AND A SYSTEM THEREOF}

【도면의 간단한 설명】

도 1a는 종래 기술에 따라 검색어를 통한 웹 페이지 검색시 검색어와 관련된 광고를 화면의 일부분에 디스플레이함으로써 광고를 하는 방법의 일례를 도시한 도면이다.

도 1b는 종래 기술에 따른 인터넷 상의 광고 유치 방법의 일예를 도시한 도면이다.

도 2는 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 판단하기 위한 방법을 도시하는 흐름도이다.

도 3은 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용하여 소정의 광고를 하기 위한 대상 키워드 데이터의 생성 방법의 흐름을 도시한 흐름도이다.

도 4는 도 3에 도시된 본 발명의 일실시예에 따른 대상 키워드 데이터의 생성 방법이 수행되는 시스템의 일례를 도시한 구성 블록도이다.

도 5은 도 3에 도시된 본 발명의 일실시예에 따른 대상 키워드 데이터의 생성 방법이 수행되는 시스템의 또 다른 일례를 도시한 구성 블록도이다.

도 6는 본 발명의 또 다른 일실시예에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용하여 소정의 광고를 하기 위한 대상 키워드 데이터의 생성 방법의 흐름을 도시한 흐름도이다.

도 7은 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 방법의 일례를 도시한 도면이다.

도 8은 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 상의 광고 유치 방법을 도시하는 흐름도이다.

도 9는 본 발명에 따른 인터넷 상의 광고 제공 방법의 일예를 도시하는 흐름도이다.

도 10은 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 시스템의 일예를 도시한 구성 블록도이다.

도 11은 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 방법 및 그 시스템에 이용될 수 있는 범용 컴퓨터 시스템의 내부 블록도이다.

<도면의 주요 부분에 대한 부호의 설명>

410, 510 : 검색 엔진

420, 520 : 사용자

430, 530 : 쿠키

440, 540 : 중앙 서버

450, 550 : 광고 서버

560 : 클라이언트 프로그램

【발명의 상세한 설명】**【발명의 목적】****【발명이 속하는 기술분야 및 그 분야의 종래기술】**

- <20> 본 발명은 인터넷을 이용하는 사용자의 관심 분야, 즉 사용자의 접속 의도(intention)를 파악하고, 이를 이용하여 인터넷 상에서 다수의 광고주로부터 광고를 유치하며, 유치된 광고를 인터넷 상에서 사용자에게 제공하기 위한 방법 및 그 시스템에 관한 것이다. 더욱 상세하게는, 본 발명은 인터넷 사용자로부터 입력된 이벤트를 분석하여 사용자가 원하는 정보의 유형을 파악하고, 이를 이용하여 사용자의 접속 의도를 판단하여 사용자의 접속 의도와 연관된 광고를 유치 또는 인터넷 상에서 사용자에게 제공하기 위한 방법 및 그 시스템에 관한 것이다.
- <21> 종래 기술 중에서 사용자의 관심 분야를 분석하고 소정의 정보를 제공하는 방법으로 볼 수 있는 것으로는, 회원 가입시에 회원으로 가입하고자 하는 사용자의 관심 분야를 입력 받고, 정기 또는 비정기적으로 회원으로 가입된 사용자에게 전자 메일을 통하여 관심 분야와 관련된 정보를 제공하거나, 상기 사용자가 로그인하는 경우 입력 받은 관심 분야와 관련된 광고를 상기 사용자에게 제공하는 방법이 있었다.
- <22> 사용자가 관심 목록에 기재하는 경우 상기 관심 목록은 사용자 별로 분류 및 저장되고, 사용자가 별도의 절차를 통하여 상기 관심 목록을 수정하지 아니하는 한 사용자는 상기 관심 목록에 기재된 사항에 관심이 있는 것으로 판단하게 되며, 이러한 종래 기술에 따르면, 시간의 흐름에 따라 다양하게 변화하는 사용자의 관심 정보를 능동적으로 반영한 정보를 제공할 수 없다는 문제점이 상존한다. 또한, 계속적인 관심 정보가 아닌 일시적인 관심 정보는 파악할 수 없는 문제점이 있었다. 예를 들어 인터넷 사용자가 다음 달에 이사를 하게 되는 경우에는 일

정한 기간 동안 이사에 대한 관심이 증대되고, 이사를 한 후에는 이사에 대한 관심이 줄어들게 된다. 그러나 종래 기술에 따르면, 이러한 일시적인 관심 정보를 파악할 수 없는 문제점이 있었다. 그리고 사용자 스스로 자신의 관심 분야를 기록하는 경우, 관심 분야를 크게 분류(categorize)할 수밖에 없기 때문에, 보다 정밀한 사용자의 관심 분야를 파악하는 데에도 어려움이 있었다.

<23> 도 1a는 종래 기술에 따라 키워드를 통하여 웹 페이지를 검색하는 경우 검색어와 관련된 광고를 화면의 일부분에 디스플레이함으로써 광고를 하는 방법(이하, "일반 키워드 광고 방법")의 일례를 도시한 도면이다.

<24> 도 1a에 도시된 광고 방법은 사용자가 소정의 검색어 "성형"(110)을 입력하는 경우, 사용자가 "성형"이라는 검색어(110)와 관련된 성형 수술 또는 성형 외과에 관심이 있을 것으로 추측하고, 이에 대하여 성형 외과의 광고(120)를 화면의 일부분에 디스플레이하는 방식으로 동작한다. 상기 광고 방법은 사용자가 웹 페이지에서 검색하고자 하는 정보와 관련된 광고를 제공함으로써 광고 효과를 높일 수 있다는 효과를 얻을 수 있으나, 이러한 광고 방법은 사용자가 해당 검색어를 입력하는 그 순간에만 해당 광고가 제공되므로 광고 노출(impression)이 지속적이지 아니할 뿐 아니라, 해당 검색어에 대하여 화면에 표시할 수 있는 광고의 수에 제한이 있다는 문제점이 있다. 예를 들어, 검색어로써 "성형"을 자주 입력하는 사용자는 "성형"에 관심이 많으므로, 상기 사용자가 다른 검색어를 입력한 때에도 "성형"에 관한 광고를 표시하여 준다면, 광고의 노출수도 증가하고 또한 광고의 클릭률(click rate)도 증가하여 그 광고 효과가 더욱 증대될 것이다. 또한 광고뿐 아니라, 성형과 관련된 유익한 정보를 상기 사용자에게 제공한다면 사용자의 만족도는 크게 증가할 것이다.

<25> 도 1b에는 도 1a에 도시된 소정의 검색어와 관련된 소정의 광고를 사용자에게 제공하기 위한 광고 유치 화면의 일예가 도시되어 있다. 도 1b를 참조하면, 인터넷 사용자에게 제공할 수 있는 광고의 종류가 4가지로 분류되어 있고, 도 1a에 도시된 바와 같이 소정의 검색어와 관련된 광고, 즉 일반 키워드 광고를 제공하도록 하는 분류가 도면 부호 151로 표시된 "1. 배너 광고", "2. 질문가이드 광고", "3. 스폰서 링크" 부분이 된다. 또한, 인터넷 사용자가 특정 유형에 속하는 정보를 검색하는 경우, 해당 카테고리와 관련된 광고를 제공하도록 할 수도 있는데, 이러한 광고 방법이 도면 부호 152로 표시된 부분이 된다.

<26> 이와 같이, 인터넷을 통한 광고가 널리 활성화되면서, 특정 검색어에 대해 다수의 광고 주가 자신의 광고를 인터넷 상에서 제공하고자 하지만, 하나의 검색어에 대해 하나의 사용자 인터페이스 화면에 제공할 수 있는 광고의 수에 제약이 있고, 광고를 제공할 수 있는 상기 검색어가 고갈될 수 있다는 문제점이 있다. 따라서, 인터넷 광고업체로서는 새로운 광고 영역을 찾아 이를 수익화하는 문제가 크게 대두되고 있다.

【발명이 이루고자 하는 기술적 과제】

<27> 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 방법과 그 시스템은 인터넷 사용자의 접속 의도를 파악함으로써 인터넷 상에 소정의 광고를 하고자 하는 광고주로 하여금 자신의 광고와 관련된 분야에 대해 관심이 있는 사용자에게 광고를 제공할 수 있도록 함으로써 광고 효과를 극대화하는 것을 그 목적으로 한다.

<28> 또한, 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 방법과 그 시스템은 종래 기술에 따른 일반 키워드 광고 기반의 광고 방법을 탈피하여 새로운 광고 영역을 제공함으로써, 광고 자원의 고갈이라는 문제점을 해결하고자 하는 것을 또 다른 목적으로 한다.

<29> 또한, 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 방법과 그 시스템은 인터넷 사용자의 접속 의도를 미리 파악하고, 이러한 접속 의도와 관련된 광고를 인터넷을 통하여 사용자에게 제공하기를 원하는 광고주에게 이러한 사용자의 접속 의도 정보를 제공함으로써 새로운 광고 방법을 창출하는 것을 또 다른 목적으로 한다.

【발명의 구성】

<30> 상기의 목적을 달성하기 위하여, 본 발명의 바람직한 일실시예에 따른 인터넷 상에서 광고를 유치하기 위한 목록을 생성하는 방법은 인터넷을 이용하는 사용자로부터 소정의 이벤트를 입력 받는 단계; 상기 입력된 소정의 이벤트를 이력 데이터로서 기록하는 단계; 상기 이력 데이터의 유형을 분석하는 단계; 상기 분석된 유형을 기초로 소정의 기준에 따라 상기 이력 데이터 중에서 상기 사용자의 관심 분야로 판단되는 키워드 데이터를 추출하는 단계; 상기 추출된 키워드 데이터를 포함하는 소정의 광고 파일을 작성하는 단계; 상기 광고 파일에 포함된 키워드 데이터에 대한 소정의 정보를 각각 분류하여 저장하기 위한 키워드 데이터베이스를 유지하는 단계; 및 상기 사용자로부터 입력되는 이벤트에 따라 상기 키워드 데이터베이스에 저장된 상기 정보를 갱신하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 한다.

<31> 본 발명의 또 다른 일면에 따른 인터넷 상에서 광고를 유치하는 방법은, 상술한 방법에 따라 생성된 상기 소정의 정보를 저장하고 있는 키워드 데이터베이스를 유지하는 단계; 제1 광고주로부터 소정의 광고 키워드를 포함하는 광고 요청을 수신하는 단계; 상기 키워드 데이터베이스를 참조하여 상기 광고 키워드에 대응하는 소정의 키워드 데이터를 검색하는 단계; 상기 검색된 키워드 데이터에 대응하는 소정의 안내 정보 데이터를 상기 제1 광고주에게 제공하는 단계; 상기 제1 광고주로부터 확인 응답을 수신하는 단계; 및 상기 광고 키워드와 상기 광고

키워드에 대응하는 제1 광고 데이터를 제1 광고 데이터베이스에 기록하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 한다.

- <32> 본 발명의 또 다른 일면에 따른 상술한 방법에 따라 유치된 광고를 제공하기 위한 방법은, 사용자의 인터넷 접속 요청을 수신하는 단계; 상기 광고 파일을 분석하여 상기 사용자의 키워드 데이터를 추출하는 단계; 상기 제1 광고 데이터베이스를 참조하여 상기 키워드 데이터와 대응하는 제1 광고 데이터를 검색하는 단계; 및 상기 검색된 광고 데이터에 따라 소정의 광고를 상기 사용자에게 제공하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 한다.
- <33> 이하, 첨부된 도면을 참조하여 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도 판단 방법 및 이를 이용한 인터넷 상의 광고 방법과 그 시스템의 바람직한 실시예를 상술한다.
- <34> 도 2는 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 판단하기 위한 방법을 도시하는 흐름도이다.
- <35> 인터넷 사용자는 다양한 이유로 인터넷에 접속을 하게 된다. 그 주요한 이유 중의 하나가 인터넷을 통한 정보 검색이고, 게임, 전자 메일 사용, 금융 거래 등의 이유로 인터넷에 접속하게 된다. 본 발명의 일측면에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 판단하기 위한 방법은 인터넷 사용자의 다양한 접속 의도 중에서 그 비율이 가장 높은 것으로 조사되고 있는 인터넷을 통한 정보 검색의 의도로 인터넷에 접속한 경우를 중심으로 사용자의 접속 의도를 파악할 수 있을 뿐 아니라, 궁극적으로는 채팅 또는 메신저 서비스와 같이 사용자의 접속 의도를 파악하는 근거가 될 수 있는 데이터가 사용자로부터 입력되는 모든 실시예의 경우에도 사용자의 접속 의도를 파악할 수 있다.

<36> 도 2를 참조하면, 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 판단하기 위한 방법은 다음과 같다. 인터넷 사용자의 접속 의도를 판단하기 위하여 우선 사용자로부터 소정의 이벤트를 입력 받는다(단계 210). 소정의 이벤트를 입력 받는 방법은 크게 아래의 3 가지로 분류될 수 있다.

<37> (1) 인터넷 사용자가 검색 엔진을 제공하는 포털(portal) 사이트에 접속하여 소정의 정보 검색을 위한 검색어를 입력한다. 이 경우 이벤트는 사용자의 검색어 입력이 된다. 또한, 상술한 바와 같이 상기 검색어는 검색 엔진 뿐 아니라, 사용자가 채팅 또는 메신저 서비스 이용시 자주 언급되는 단어를 중심으로 특정될 수 있다. 예를 들면, 메신저 서비스 이용시 "구두(shoes)" 또는 "쇼핑(shopping)" 등의 단어가 많이 등장하는 경우에는 이를 포집하여 사용자로부터 입력된 이벤트가 "구두" 또는 "쇼핑" 등에 관한 것이라고 특정할 수 있다.

<38> (2) 인터넷 사용자가 웹 브라우저를 구동하여 웹 브라우저의 주소 입력창에 소정의 정보가 위치한 웹 사이트의 범용 리소스 로케이터(URL: Universal Resource Locator)을 입력한다. 이벤트는 인터넷 사용자의 URL 입력이 된다. 이 경우 이벤트는 상기 URL 중 최상위 부분만을 추출한 다음, 상기 추출된 최상위 URL이 어떠한 분류에 속하는 URL인지를 판단함으로써 특정될 수 있다. 예를 들어, 사용자가 <http://www.kipo.go.kr/patentlaw.htm>을 주소 입력창에 입력한 경우, URL의 최상위 부분인 www.kipo.go.kr을 추출하여, 추출된 URL이 특허 또는 상표 등에 속하는 URL이라고 판단함으로써 사용자가 입력한 이벤트가 특허 또는 상표에 관한 것이라고 특정할 수 있게 된다. 사용자가 입력한 이벤트가 IP 주소라면, 이에 대해 역 도메인 네임 서비스 쿼리(query)를 하여 상기 IP 주소에 대한 도메인 네임을 얻을 수도 있다.

<39> (3) 인터넷 사용자가 웹 사이트에 디스플레이되는 소정의 정보와 링크되어 있는 하이퍼텍스트를 클릭한다. 이 경우 사용자로부터 입력된 이벤트는 하이퍼텍스트의 내용 정보를 추출

하여 특정될 수 있다. 예를 들어, 사용자가 하이퍼링크로 표시된 "특허"라는 단어를 클릭하여 "특허"와 관련된 정보로 이동하고자 하는 경우라면, 사용자로부터 입력된 이벤트는 "특허"에 관한 것이라고 특정될 수 있다.

<40> 상기와 같은 인터넷 사용자의 이벤트를 입력 받고, 상기 이벤트를 유형 별로 분류한다(단계 220). 단계 220에서 유형이라 함은 상기 사용자가 입력한 이벤트의 일정 패턴의 집합을 의미한다. 예를 들어 사용자가 "특허"를 검색어로 입력한 경우, "특허"라는 검색어가 어떠한 성격을 갖는 이벤트인지를 유형 별로 분류할 수 있다. 이러한 유형 분류는 사용자로부터 입력된 이벤트가 과연 사용자의 관심 분야라고 판단할 수 있는 이벤트인지를 판단하기 위해서 수행된다. 사용자가 임의로 "특허"라는 검색어를 1회 입력한 경우, 이러한 1회성 검색에 근거하여 "특허"가 사용자의 관심 분야라고 판단하기에는 무리가 있으나, 사용자가 "꽃배달"이라는 검색어를 1회 입력한 경우라면 검색어의 특성상 현재 사용자가 "꽃배달"에 관심이 있다고 판단할 수 있다. 이와 같이, 단계 220은 입력된 이벤트가 어떠한 유형에 속하는 이벤트인지 여부를 판단하여 이를 분류하는 단계이다.

<41> 상기 사용자로부터 입력 받은 이벤트를 유형 별로 분류한 다음, 상기 이벤트의 이력 정보를 기록한다(단계 230). 상기 이력 정보는 상기 이벤트가 입력된 횟수, 상기 이벤트가 어느 정도의 기간 사이에 입력되었는지에 관한 정보 등을 포함할 수 있다. 본 발명의 바람직한 일 실시예에 의하면, 상기 이력 정보는 쿠키 파일 형태로 기록될 수 있고, 이력 정보가 기록된 쿠키 파일은 사용자 단말기 또는 본 발명에 따른 사용자의 접속 의도를 파악하기 위한 시스템 내에 저장될 수 있다. 다음으로, 기록된 상기 이벤트의 이력 정보를 분석하고(단계 240), 분석된 정보를 기초로 소정의 기준에 따라 사용자의 관심 분야를 판단한다(단계 250). 상기 이벤트의 이력 정보를 분석하여 사용자의 관심 분야를 판단하는 단계(단계 240 및 단계 250)는 상

술한 바와 같이 사용자로부터 입력된 이벤트의 유형에 따라 기 설정된 소정의 기준에 따라 수행될 수 있다. 우선, 단계 240에서는 상기 이력 정보에 기록된 상기 이벤트의 입력 횟수, 상기 이벤트가 입력되는 기간(제1 입력부터 제2 입력까지의 기간) 등을 분석한다. 상기 분석 결과를 토대로 소정의 기준에 따라 상기 이벤트가 상기 사용자의 관심 분야를 표현하고 있는 것인지 여부를 판단한다(단계 250). 상기 소정의 기준은 사용자가 입력한 이벤트의 유형 별로 설정된 몇 개의 조건으로서, 상기 이벤트가 입력된 횟수, 즉 이벤트 발생 빈도수와, 상기 이벤트 발생의 최근성, 및 상기 이벤트와 연관하여 기 설정된 우선 순위 중 하나 이상이 될 수 있다.

- <4> 상기 이벤트가 속하는 유형에 따라 사용자의 접속 의도를 판단하기 위한 소정의 기준은 다종 다양할 수 있다. 즉, 사용자로부터 입력된 이벤트, 예를 들면 사용자가 입력한 검색어가 "꽃배달"이라면, "꽃배달"이라는 검색어의 특성상 상당한 정도의 즉시성을 요구한다고 추정할 수 있다. 즉, 사용자는 빠른 시일 내에 꽃을 배달하고자 하는 의도가 있을 수 있으므로, 이런 즉시성이 강한 종류의 검색어의 경우 사용자의 관심 또한 즉시성이 강하다고 판단할 수 있을 것이다. 이러한 종류의 이벤트는 사용자로부터 입력된 이벤트의 횟수가 1회라고 하더라도, 사용자가 상당한 관심을 가지고 있고 따라서 사용자의 접속 의도를 그대로 표현하는 이벤

트라고 판단할 수 있을 것이다. 이와는 반대로, 사용자가 입력한 이벤트, 예를 들면 사용자가 입력한 검색어가 "이민" 또는 "유학"이라면, "이민" 또는 "유학"이라는 검색어의 특성상 "꽃배달"에 비하여 그 즉시성은 매우 낮다고 판단할 수 있을 것이다. 즉, 사용자는 상당 기간 동안 상기 검색어에 대한 관심을 지속적으로 기울일 의도가 있다고 판단할 수 있고, 따라서 상기 검색어 만으로는 사용자의 접속 의도를 그대로 표현하고 있다고 판단하기에는 무리가 있을 수 있다. 그러나, 상기 검색어가 한 달 동안 5회 이상 입력된 경우라면, 사용자는 "이민" 또는 "유학"이라는 분야에 상당한 관심 내지 지속적인 관심을 가지고 있으며, 사용자의 접속 의도 또한 상기 분야의 정보를 검색하기 위한 것이라고 판단할 수 있을 것이다. 이러한 판단을 위하여 상술한 소정의 기준을 적용하며, 이러한 기준은 얼마나 최근에 입력된 이벤트인가, 또는 이벤트가 어느 정도의 우선 순위를 갖는 것인가를 포함할 수 있다. 예를 들면, 어제 입력된 이벤트가 오늘 다시 입력된 경우는 일주일 전에 입력된 요청 보다 사용자의 관심이 더 크다고 판단할 수 있을 것이고, 상기 꽃배달 또는 식당에 관련된 이벤트는 상기 이민 또는 유학 등에 관련된 이벤트보다는 더 높은 우선 순위를 갖도록 설정될 수 있을 것이다.

<43> 단계 250에서는 상술한 소정의 기준에 따라 단계 210에서 입력된 이벤트가 상기 사용자의 관심 분야를 표현하고 있는지를 판단하는데, 상술한 소정의 기준을 만족시키는 이벤트인 것으로 판단한 경우 상기 이벤트를 기록하고(단계 260), 소정의 기준을 만족시키지 못하는 이벤트인 것으로 판단한 경우 다시 단계 230으로 귀환하게 된다.

<44> 단계 250에서 사용자의 관심 분야를 표현하는 것으로 판단된 이벤트는 사용자의 관심 분야로서 기록되는데(단계 260), 본 발명의 바람직한 일실시예에 의하면 상기 사용자의 관심 분야를 표현하는 것으로 판단된 이벤트는 쿠키 파일의 형태로 기록될 수 있다. 사용자의 관심 분야를 쿠키 파일의 형태로 기록하여 이를 사용자 측에 저장할 수도 있고, 본 발명에 따른 사용

자의 접속 의도를 파악하기 위한 시스템 내에 저장할 수도 있다. 또한, 사용자의 관심 분야를 기록하기 위한 방법의 또 다른 일실시예로서, 판단된 사용자의 관심 분야를 각 사용자 별로 분류하여 저장하는 방법이 있다. 사용자의 접속 의도를 파악하고자 하는 중앙 서버 측에 마련된 소정의 데이터베이스 수단에 상기 관심 분야를 사용자 별로 관리하는 것도 가능하고, 중앙 서버는 사용자의 접속 의도만 파악하고, 별도의 서버 수단을 두어 상기 파악된 사용자의 접속 의도를 저장하고 이를 이용하여 광고를 포함하는 소정의 정보를 상기 사용자 별로 상기 사용자에게 제공하는 것도 가능하다.

<45> 상기와 같이 기록된 사용자의 관심 분야를 표현하는 것으로 판단된 이벤트는 사용자로부터 또 다른 이벤트의 입력이 있고, 이러한 이벤트를 유형 별로 분류하여 기록된 이력 정보를 분석한 결과 상술한 소정의 기준에 따라 사용자의 관심 분야를 표현하고 있는 이벤트라고 판단되는 경우에는 지속적으로 생성될 수 있다. 본 발명의 일실시예에 의하면, 단계 260에서 사용자의 관심 분야로 기록되는 상기 이벤트는 복수 개일 수 있다.

<46> 상술한 본 발명에 따른 사용자의 접속 의도를 판단하는 방법은 사용자로부터 입력 받은 임의의 요청에 따라 사용자의 관심 분야를 판단할 수 있도록 설계될 수도 있지만, 이러한 판단의 정확성을 위하여 관심 분야를 판단할 수 있는 요청의 수 또는 범위를 한정하는 것도 가능하다. 이러한 경우에는 사용자의 관심 분야, 즉 사용자의 접속 의도를 더 정확하게 판단하는 것이 가능할 수 있으므로, 판단된 사용자의 접속 의도를 더욱 효과적으로 이용하는 것이 가능하다. 예를 들어, 이벤트 중 사용자의 의도를 가장 높게 반영하고 있다고 판단되는 이벤트를 결정하여, 상기 사용자로부터 입력된 이벤트가 상기 결정된 이벤트에 포함되는 경우에만 상기와 같은 관심 분야의 판단을 수행하도록 동작할 수도 있다. 이러한 경우에는, 사용자의 의도를 크게 반영하지 못하는 것으로 판단되는 이벤트들에 대해 유형 별로 분류 및 이력 정보의 기록

등의 단계를 수행할 필요가 없기 때문에 저장 공간의 효율적 사용 및 시스템 구현이 용이해지는 장점이 있다.

<47> 본 발명의 바람직한 일실시예에 따르면, 상술한 사용자의 접속 의도를 판단하는 방법은 소정의 클라이언트 프로그램이 사용자 측에 설치되어 수행될 수 있다. 즉, 사용자 단말기에 설치된 클라이언트 프로그램은 사용자의 이벤트(검색어 또는 소정의 URL 입력, 또는 하이퍼링크의 클릭 등)을 모니터링하고, 상기 이벤트를 유형 별로 분류하며, 상기 이벤트의 이력 정보를 기록하고, 기록된 이력 정보를 분석하여 상술한 소정의 기준에 따라 사용자의 관심 분야를 판단하도록 동작할 수 있다. 본 실시예에 따르면, 사용자가 여러 인터넷 서비스를 사용하는 경우를 모두 모니터링하여 관심 분야를 파악할 수 있는 장점이 있다. 예를 들어, 사용자가 A라는 검색 사이트에서 검색어를 입력하였을 때뿐 아니라, B라는 검색 사이트에서 검색어를 입력하였을 때에도 상기 검색어를 모두 이벤트로서 추적할 수 있으므로, 보다 정확하게 사용자의 관심 분야를 파악하는 것이 가능하다.

<48> 또한, 본 발명의 일실시예에 의하면, 상기 클라이언트 프로그램 설치 전에 사용자의 성별, 연령, 주소, 직업 등의 기본적인 정보를 입력 받도록 하여, 사용자의 관심 분야를 판단하는데 참고할 수 있다. 예를 들면, 사용자가 30대의 기혼 여성이라면, 사용자의 관심 분야를 육아, 요리 등에 높은 우선 순위를 두어 판단할 수 있을 것이다. 또한, 본 발명의 일실시예에 의하면, 소정의 객관성이 담보될 수 있는 표본이 확보 되는 경우 연령별 또는 성별 인터넷 사용자의 현재 관심 분야를 지속적으로 판단하는 것이 가능할 수 있고, 판단된 인터넷 사용자의 관심 분야를 이용하여 다양하게 활용하는 것이 가능하다.

<49> 도 3은 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 통한 광고 유치 및 광고 제공 방법에 사용되는 사용자 접속 의도 키워드 데이터 목록 생성 방법의 흐름을 도시한 흐

름도이다. 도 3을 참조하면, 본 발명에 따른 인터넷 상의 키워드 데이터 목록 생성 방법은 상술한 인터넷 사용자의 접속 의도 판단 방법을 이용하여 다음과 같이 수행된다.

<50> 도 3에 도시된 방법의 일예에서는 사용자의 이벤트 로그를 기록하기 위한 이력 데이터와, 이벤트를 분석하여 사용자의 접속 의도로 파악되는 이벤트를 기록하는 광고 파일이 사용된다. 본 실시예에서는 설명의 편의를 위하여 광고 파일의 일예로 광고 쿠키를 이용하였지만, 소정의 이벤트 또는 분석된 이벤트에 대한 이력을 기록할 수 있는 파일이면 어떠한 형태의 파일도 이용될 수 있음을 자명하다고 할 것이다.

<51> 도 3을 참조하면, 도 2에 도시된 인터넷 사용자의 접속 의도 판단 방법과 동일하게, 사용자로부터 소정의 이벤트를 입력 받고(단계 310), 입력된 이벤트는 이력 데이터, 본 발명의 일실시예에서는 이력 데이터로서 저장된다(단계 315). 본 발명의 바람직한 일실시예에 의하면, 상기 이력 데이터는 쿠키 파일일 수 있다.

<52> 당업자라면 주지하는 바와 같이, 쿠키는 웹 사이트가 사용자의 시스템에 남길 수 있는 특별한 텍스트 파일로서, 이것은 후에 소정의 시스템으로 하여금 그 사용자에 관하여 무엇인가를 기억할 수 있도록 하기 위한 것이다. 하이퍼텍스트 전송 프로토콜(HTTP)를 사용하는 경우, 웹 페이지에 대한 각각의 요구는 다른 요구들과 상관 관계 없이 모두 독립적이다. 따라서, 웹 서버는 그 사용자에게 이전에 어떠한 페이지가 보내어졌는지에 관한 아무런 기록도 가지고 있지 않으며, 심지어 그 사용자가 이전에 어떠한 웹 사이트를 방문했었는지조차 알기 어렵다. 쿠키는 웹 서버로 하여금 사용자의 웹 접속에 관한 파일을 사용자 컴퓨터에 저장하도록 허용하는 장치이다. 쿠키 파일은 대체적으로 사용자가 사용하는 브라우저 디렉토리의 하부에 저장된다.

<53> 쿠키는 document.cookie의 속성으로 설정되고, 그 형식은 다음과 같다.

<54> name=value;expire=expDate

<55> name : 브라우저의 가상 공간에 저장되며, 쿠키들을 서로 구별하기 위한

<56> 쿠키의 이름

<57> value : 쿠키값

<58> expire : 키워드로서 쿠키가 쿠키 파일에 존재 가능한 종료 시한

<59> expDate : GMT(그리니치 표준시) 포맷으로 구성된 쿠키의 종료 시한

<60> 쿠키는 사용자의 컴퓨터에 저장되는 파일로서, 넷스케이프(Netscape)에서는 이 파일을 단일 시스템에 최고 300개까지 저장할 수 있으며, 파일 하나의 크기는 4KB 이하로 제한된다. 본 발명의 바람직한 일실시예에 의하면, 상기 쿠키 파일은 소정의 사용자 PC 번호, 사용자의 관심 분야인 것으로 판단되는 하나 이상의 키워드, 상기 쿠키 파일의 종료 시한 등을 포함할 수 있다.

<61> 다음으로, 입력된 이벤트의 유형을 분석한다(단계 320). 유형이라 함은 상기 이벤트가 어떤 속성을 가지고 있느냐에 대한 소정의 유형으로서, 일예로 이러한 유형은 이벤트가 갖는 즉시성의 정도, 즉 상기 이벤트가 상기 사용자의 관심 분야를 파악하는데 유효한 것으로 파악되는 기간(이하 "유효 기간")에 따라 나뉠 수 있다. 즉, 입력된 이벤트가 "꽃배달"과 같이 즉시성이 강하게 요구되는 이벤트인 경우에는 1일(일별 기준)을 유효 기간으로 하는 유형으로 분류하고, "컴퓨터"와 같이 일정 기간 추이를 살필 필요가 있는 이벤트의 경우에는 일주일(주별 기준)을 유효 기간으로 하는 유형으로 분류하며, "유학" 등과 같이 비교적 장기간 추이를 살필 필요가 있는 이벤트의 경우에는 한달(월별 기준)을 유효 기간으로 하는 유형으로 분류하는 등 입력된 이벤트를 소정의 유형에 따라 분류할 수 있다.

- <62> 신규한 이벤트가 입력될 때마다 상기 이벤트 이력 데이터는 갱신된다(단계 325). 본 발명의 일실시예에 따르면, 상기 이벤트 이력 데이터에 저장되는 이벤트의 개수는 소정의 개수로 제한될 수 있고, 상기 갱신은 선입선출(First In First Out; FIFO) 방식으로 수행될 수 있는데, 이는 가장 처음에 입력된 이벤트를 가장 먼저 이벤트 이력 데이터에서 제거함으로써 이벤트의 최근성을 유지하고, 저장 공간을 효율적으로 사용할 수 있다.
- <63> 또한, 이벤트 이력 데이터에 저장되는 이벤트는 선정된(predetermined) 이벤트로 한정될 수 있다. 이는 사용자가 별다른 의도 없이 입력한 이벤트가 이벤트 이력 데이터에 저장되는 것을 막기 위한 것으로서, 사용자 관심 분야를 더 정확히 판단할 수 있도록 할 수 있을 뿐 아니라 사용자의 관심 분야를 판단하는데 필요한 시스템의 부하를 줄일 수도 있다.
- <64> 또한, 본 발명의 일실시예에 의하면, 상기 이벤트 이력 데이터는 상기 선정된 이벤트에 대한 만료 기간(expiration period)를 설정해 놓고, 상기 이벤트가 상기 선정된 이벤트이고 상기 이벤트가 저장된 기간이 상기 만료 기간을 도과한 경우에는 상기 이벤트를 상기 이벤트 이력 데이터에서 제거하도록 할 수 있다. 예를 들어, 이벤트가 "꽃배달"이라는 검색어 입력이고, 상기 이벤트에 대한 만료 기간이 1일로 설정된 경우(꽃배달이라는 검색어는 상술한 바와 같이 즉시성이 강함), 꽃배달이라는 검색어가 이벤트 이력 데이터에 저장된 상태로 1일이 도과하는 경우에는 상술한 선입선출 방식과는 무관하게 상기 꽃배달이라는 검색어는 이벤트 이력 데이터에서 삭제될 수 있다.
- <65> 다음으로 상기 단계 320에서 분석된 유형을 기초로 소정의 기준에 따라 상기 이벤트 중에 포함된 이벤트가 사용자의 접속 의도인지 여부를 판단한다(단계 330). 상기 소정의 기준은 상술한 바와 같이 사용자의 이벤트 별로 선정된 몇 개의 조건으로서, 상기 이벤트가 입력된 횟수, 즉 상기 이벤트 발생 빈도수와, 상기 이벤트의 최근성, 및 상기 이벤트와 연관하여

기 설정된 우선 순위 중 하나 이상일 수 있다. 예를 들면, 유효 기간이 1일인 것으로 유형화 된 이벤트인 "꽃배달" 검색어의 입력 횟수가 1일에 2회 이상인 경우, 또는 유효 기간이 일주일인 것으로 유형화 된 이벤트인 "컴퓨터" 검색어의 입력 횟수가 일주일에 3회 이상인 경우, 또는 유효 기간이 한 달인 것으로 유형화 된 이벤트인 "유학" 검색어의 입력 횟수가 한 달에 5회 이상인 경우, 상술한 이벤트는 사용자의 관심 분야인 것으로 판단하여 광고 쿠키(advertisement cookie)에 저장될 수 있다.

<66> 또한, 상기 우선 순위(priority)는 소정의 기간 동안 상기 이벤트와 연관된 광고의 클릭 수에 따라 결정될 수 있다. 예를 들면, 사용자가 3일 동안 이벤트로서 "대머리"라는 검색어와 관련된 광고를 5번 이상 클릭한 경우, 상기 사용자는 "대머리"와 관련된 분야에 매우 큰 관심을 가진 것으로 판단할 수 있으므로, 이러한 이벤트에 대해서는 기타 이벤트에 비하여 높은 우선 순위를 갖도록 설정할 수 있다.

<67> 사용자의 접속 의도인 것으로 판단되는 이벤트는 상기 이력 데이터에서 키워드 데이터로서 추출된다(단계 335). 상기 추출된 키워드 데이터를 기초로 광고 쿠키가 작성된다(단계 340).

<68> 본 발명의 일실시예에 의하면, 광고 쿠키는 사용자의 관심 분야로 판단된 이벤트와 그 이벤트와 연관된 광고 또는 광고가 저장된 위치를 표현하는 소정의 광고 식별 기호(ID)를 포함하여 작성될 수 있다. 작성된 광고 쿠키에 포함된 소정의 키워드 데이터는 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 광고 유치 및 광고 제공 방법에 사용되는 판매 대상 키워드로서 소정의 키워드 데이터베이스에

기록되고(단계 345), 상기 키워드 데이터베이스에서는 상기 소정의 키워드 데이터가 포함된 광고 쿠키가 발행될 때마다 소정의 키워드 데이터에 따라 광고 쿠키 발행수 필드 또는 광고 쿠키 발행 사용자 PC 번호 필드 등에 기록된 데이터가 지속적으로 갱신된다(단계 350).

<69> 본 발명의 또 다른 실시예에 의하면, 상기 광고 쿠키는 사용자 측에 저장되지만, 본 발명의 일실시예에 따르면 중앙 서버 또는 중앙 서버와 연동하여 동작하는 소정의 광고 서버의 처리 용량이 충분한 경우 상기 사용자의 관심 분야와 관련된 이벤트 및 광고 식별 기호를 중앙 서버 또는 광고 서버에서 각 사용자 별로 저장 및 관리하는 것도 가능하다.

<70> 본 발명의 바람직한 일실시예에 따르면, 상기 광고 쿠키는 소정의 기간 동안 유효하고, 소정의 기간이 경과하면 기간 만료로 자동 삭제되도록 구성될 수 있다. 이는 상기 쿠키 파일에 대한 설명에서 상술한 바와 같이, 쿠키 파일 내의 expDate를 조정함으로써 소정의 기간 동안만 유효한 쿠키로 존속하도록 제어할 수 있다.

<71> 도 4 및 도 5는 도 3에 도시된 본 발명의 일실시예에 따른 사용자 접속 의도 키워드 데이터 목록 생성 방법이 수행되는 시스템의 일례를 도시한 구성 블록도이다. 도 4 및 도 5에 도시된 사용자 접속 의도 키워드 데이터 목록 생성 방법이 수행되는 시스템은 사용자 이벤트로서 검색 엔진 기반 하에서의 검색어 입력을 사용하는 경우에 대한 일실시예이다.

<72> 도 4에 도시된 인터넷 상의 정보 제공 시스템은 크게 사용자(420), 검색 엔진(410), 쿠키(430), 중앙 서버(440), 및 광고 서버(450)으로 구성된다. 각 구성 요소 간의 데이터 전달 과정은 상술한 도 3에 대한 설명과 대동 소이하다.

<73> 도 4에 도시된 인터넷 상의 정보 제공 시스템에 대해서는 사용자가 검색 엔진에 입력하는 "검색어"를 이벤트로 하여 그 동작 내용을 설명하도록 한다. 사용자(420)는 검색 엔진

(410)에 검색어를 입력한다. 입력된 검색어는 선입선출(FIFO) 방식으로 갱신되는 이력(history) 데이터로서 기록되고, 이력 데이터는 중앙 서버(440)로 수집되어 분석된다. 이력 데이터를 분석하여 소정의 기준을 만족하는 검색어는 소정의 키워드 데이터로서 추출되고, 추출된 키워드 데이터는 광고 쿠키(430)로 작성되어 사용자(410) 단말기에 저장된다. 사용자(410)가 인터넷에 접속하는 경우, 사용자(410) 단말기에 저장된 광고 쿠키(430)가 중앙 서버(440)로 전송되고, 중앙 서버(440)는 광고 쿠키(430)에 포함되는 광고 식별 기호를 판별하여 광고 서버(450)로 하여금 소정의 광고를 사용자(410)에게 제공하도록 동작할 수 있다. 또한, 광고 서버(450)가 직접 광고 쿠키(430)를 전송 받아 소정의 광고를 사용자(410)에게 제공할 수 있음은 상술한 바와 같다. 작성된 광고 쿠키에 포함된 소정의 키워드 데이터는 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 광고 유치 및 광고 제공 시스템에서 사용되는 판매 대상 키워드로서 소정의 키워드 데이터베이스에 기록되고, 상기 키워드 데이터베이스에서는 상기 소정의 키워드 데이터가 포함된 광고 쿠키가 발행될 때마다 소정의 키워드 데이터에 따라 광고 쿠키 발행수 필드 또는 광고 쿠키 발행 사용자 PC 번호 필드 등에 기록된 데이터가 지속적으로 갱신되도록 동작한다

<74> 도 5은 도 3에 도시된 본 발명의 일실시예에 따른 사용자 접속 의도 키워드 데이터 목록 생성 방법이 수행되는 시스템의 또 다른 일례를 도시한 구성 블록도이다.

<75> 도 5에 도시된 사용자 접속 의도 키워드 데이터 목록 생성 시스템의 또 다른 일례는 크게 사용자(520), 검색 엔진(510), 쿠키(530), 중앙 서버(540), 광고 서버(550), 및 클라이언트 프로그램(560)으로 구성된다. 각 구성 요소 간의 데이터 전달 과정은 상술한 도 4에 대한 설명과 대동 소이하다.

<76> 사용자(520)는 검색 엔진(510)에 검색어를 입력한다. 입력된 검색어는 중앙 서버(540)로 수집되어 분석된다. 클라이언트 프로그램(560)은 상술한 도 4에서 중앙 서버(540)가 수행하는 역할을 분담하는 개체로서 사용자(510) 단말기에 설치될 수 있다. 입력된 검색어는 선입선출(FIFO) 방식으로 생성되는 이력(history) 데이터로서 기록되고, 이력 데이터는 클라이언트 프로그램(560)에서 수집되어 분석된다. 이력 데이터를 분석하여 소정의 기준을 만족시키는 검색어는 소정의 키워드 데이터로서 추출되고, 추출된 키워드 데이터는 광고 쿠키(530)로 작성되어 사용자(510) 단말기에 저장된다. 사용자(510)가 인터넷에 접속하는 경우, 클라이언트 프로그램(560)은 광고 쿠키(530)에 따라 제공될 광고의 대상을 판단하고, 광고 서버(550)로 하여금 소정의 광고를 사용자(510)에게 제공하도록 동작할 수 있다. 또한, 광고 서버(550)가 직접 광고 쿠키(530)를 전송 받아 소정의 광고를 사용자(510)에게 제공할 수 있음은 상술한 바와 같다. 도 5에 도시된 실시예에서, 키워드 데이터베이스를 유지하고, 이를 생성하는 구성은 상술한 도 4의 실시예와 동일하다.

<77> 본 발명의 또 다른 실시예에서는 클라이언트 프로그램(560)은 광고 쿠키(530)의 생성까지만 수행하고, 상기 광고 쿠키(530)에 따라 사용자에게 제공될 광고의 대상 판단 및 광고의 제공은 중앙 서버(540)가 수행한다. 본 발명이 속하는 기술 분야에서 통상의 지식을 가진 자는 상기에서 설명된 기능들이 상기 실시예에서 설명되지 않은 다른 형태로 클라이언트 프로그램(560) 및 중앙 서버(540) 간에 적절히 분배될 수 있음을 이해할 수 있을 것이다.

<78> 상술한 도 4 및 도 5에 도시된 사용자 접속 의도 키워드 데이터 목록 생성 시스템의 일 예에서는 사용자의 검색어 로그를 기록하기 위한 이력 데이터와, 검색어를 분석하여 사용자의 접속 의도로 파악되는 이벤트를 키워드 데이터로서 추출하고, 이를 기록하기 위한 광고 파일이 사용된다. 본 실시예에서는 설명의 편의를 위하여 광고 파일의 일예로 광고 쿠키를 이용하였

지만, 소정의 이벤트 또는 분석된 이벤트에 대한 이력을 기록할 수 있는 파일이면 어떠한 형태의 파일도 이용될 수 있음을 자명하다고 할 것이다

<79> 도 6는 본 발명의 또 다른 일실시예에 따른 사용자 접속 의도 키워드 데이터 목록 생성 방법의 흐름을 도시한 흐름도이다. 도 6를 참조하면, 본 발명에 따른 사용자 접속 의도 키워드 데이터 목록 생성 방법은 상술한 인터넷 사용자의 접속 의도 판단 방법을 이용하여 다음과 같이 수행된다.

<80> 도 6에 도시된 사용자 접속 의도 키워드 데이터 목록 생성 방법의 흐름은 사용자로부터 이벤트로서 URL을 입력 받는 경우이다.

<81> 도 6을 참조하면, 사용자로부터 소정의 URL을 입력 받는다(단계 610). 본 발명에 따른 시스템에서는 입력된 URL을 분석하여, 상기 URL에 대응하는 소정의 목록어를 검색하고, 상기 목록어를 이력 데이터로서 저장된다(단계 615). 단계 615에서 입력된 URL을 분석하여 대응하는 목록어를 검색하는 방법은 입력된 URL 중 최상위 URL을 추출하고, 추출된 최상위 URL이 어떠한 목록어로 표현될 수 있는 것인지 여부를 판단함으로써 수행된다. 예를 들어, 사용자가 www.kipo.go.kr/news/030218과 같은 URL을 입력한 경우, 본 발명에 따른 시스템은 상기 URL 중 최상위 URL인 www.kipo.go.kr를 추출하고, 소정의 URL 정보와 이에 대응하는 소정의 목록어를 유지하고 있는 데이터베이스 수단을 참조하여, 상기 추출된 최상위 URL에 대응하는 소정의 목록어를 추출할 수 있게 된다.

<82> 다음으로, 이력 데이터에 저장된 상기 목록어의 유형을 분석한다(단계 620). 유형이라 함은 상기 이벤트가 어떠한 속성을 가지고 있느냐에 대한 소정의 유형으로서, 일 예로 이러한 유형은 이벤트가 갖는 즉시성의 정도, 즉 상기 이벤트가 상기 사용자의 관심 분야를 파악하는데 유효한 것으로 파악되는 기간(이하

"유효 기간")에 따라 나뉠 수 있음은 도 3에서 상술한 바와 같다.

<83> 새로운 URL이 입력될 때마다 상기 이력 데이터는 갱신된다(단계 625). 다음으로 상기 단계 620에서 분석된 유형을 기초로 소정의 기준에 따라 상기 이력 데이터 중에 포함된 상기 목록어가 사용자의 접속 의도인지 여부를 판단한다(단계 630). 상기 소정의 기준은 도 3에서 상술한 바와 같다.

<84> 사용자의 접속 의도인 것으로 판단되는 목록어는 상기 이력 데이터에서 키워드 데이터로서 추출된다(단계 635). 상기 추출된 키워드 데이터를 기초로 광고 쿠키가 작성된다(단계 640).

<85> 작성된 광고 쿠키에 포함된 소정의 키워드 데이터는 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 광고 유치 및 광고 제공 방법에 사용되는 판매 대상 키워드로서 소정의 키워드 데이터베이스에 기록되고(단계 645), 상기 키워드 데이터베이스에서는 상기 소정의 키워드 데이터가 포함된 광고 쿠키가 발행될 때마다 소정의 키워드 데이터에 따라 광고 쿠키 발행수 필드 또는 광고 쿠키 발행 사용자 PC 번호 필드 등에 기록된 데이터가 지속적으로 갱신된다(단계 650).

<86> 도 6에 도시된 본 발명의 또 다른 일실시예에 따른 사용자 접속 의도 키워드 데이터 목록 생성 방법은 사용자 단말기에 설치되는 소정의 클라이언트 프로그램을 통하여 수행될 수도 있다.

<87> 도 7은 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 방법의 일례를 도시한 도면이다.

- <88> 도 7에 도시된 도면은 사용자의 접속 의도를 파악하여 파악된 사용자가 입력한 이벤트로서의 검색어 별로 각 광고주의 광고를 제공하기 위하여, 다수의 광고주에게 상기 검색어에 대한 광고를 유치하기 위한 화면의 일예이다. 도 7a에 도시된 도면은 광고주에게 제공되는 본 발명에 따른 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 방법에 대한 안내 문구의 일예이다.
- <89> 도 7b는 본 발명에 따른 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고를 위해 광고주에게 제공되는 광고 청약 화면의 일예이다. 도 7b를 참조하면, 광고 청약 화면에는 판매하고자 하는 사용자 접속 의도인 검색어로서의 키워드와, 키워드의 구매 가능 여부, 소정의 광고 계약 기간, 월 판매 단가(751), 예상 노출 가능 회수(752)가 포함될 수 있다. 도 7b에 도시된 예상 노출 가능 회수(752)는 다음의 방법으로 산출될 수 있다.
- <90> 광고 쿠키가 발행되는 경우 광고 쿠키가 발행된 대상 키워드, 키워드의 유형 정보, 광고 쿠키가 발행된 소정의 사용자 단말기의 번호 등의 정보는 본 발명에 따른 시스템의 소정의 데이터베이스 수단에 저장된다. 즉, 발행된 광고 쿠키에 대한 데이터를 데이터베이스화하고, 상기 발행된 광고 쿠키에 포함된 키워드 별로 각 사용자 단말기들이 소정의 인터넷 웹사이트에서 발생시킨 노출수를 집계할 수 있다. 이러한 노출수 집계는 해당 웹사이트의 총사용자를 대상으로 할 수도 있지만, 총사용자 중 일부를 샘플링하여 노출수 집계를 수행하고, 총사용자에 대한 노출수를 통계적으로 추정하는 것도 가능하다. 이러한 예상 노출 가능 회수(752)는 최초 광고 쿠키 발행 후 소정의 기간을 두고 관련 데이터를 축적하여 통계적 데이터를 확보한 이후에 광고주에게 제공하는 것도 가능하다.
- <91> 도 8은 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 상의 광고 유치 방법을 도시하는 흐름도이다.

<92> 도 8을 참조하면, 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 상의 광고 유치 방법은 다음의 단계를 통해 수행된다. 광고주로부터 소정의 광고 키워드를 포함하는 광고 요청을 수신한다(단계 801). 일예로, "냉장고"라는 광고 키워드에 대하여 소정의 광고를 하고자 하는 광고주에게 상기 광고 키워드를 입력할 수 있도록 하는 사용자 인터페이스 화면을 제공하고, 이를 통해 상기 광고 요청을 수신하도록 구현될 수 있다. 수신된 광고 요청에 포함된 광고 키워드를 분석하여, 상기 광고 키워드에 대응하는 광고로서 판매하고자 하는 키워드 데이터가 소정의 키워드 데이터베이스에 존재하는지 여부를 판단한다(단계 802). 상기 광고 키워드에 대응하는 키워드 데이터가 없는 경우에는, 상기 광고 키워드를 소정의 저장 수단에 저장하고(단계 803), 해당 광고 키워드에 대한 요청 카운터 값을 증가시킨다(단계 804). 상기 요청 카운터 값이 소정치 이상인지 여부를 판단하고(단계 805), 상기 요청 카운터 값이 소정치 미만인 경우에는 다시 광고 요청을 수신하는 단계(단계 801)로 회귀한다. 일예로, 광고주로부터 "냉장고"를 광고 키워드로 하는 광고 요청이 있는 경우, 본 발명에 따른 사용자 접속 의도를 이용한 광고의 대상이 되는 키워드 데이터 중 "냉장고"가 존재하지 아니하면 "냉장고" 키워드를 소정의 저장 수단에 저장시키고, 요청 카운터 값을 1로 설정한다. 이러한 "냉장고" 키워드를 이용한 광고 요청이 일예로 3번 이상 수신된 경우에는 상기 "냉장고" 키워드에 대한 요청 카운터 값은 3이 되고, 상기 소정치를 3으로 설정해 놓은 경우 해당 광고 키워드를 키워드 데이터베이스에 저장한다(단계 806). 이어서, 새로이 등록된 키워드 데이터("냉장고")를 포함하여 발행된 광고 쿠키의 수, 해당 광고 쿠키가 발행된 사용자 단말기의 수 등의 정보를 수집한다(단계 807). 수집된 정보는 상기 광고 요청을 한 광고주에게 제공되고(단계 808), 상기 광고주는 상기 정보를 참조하여 해당 키워드를 구매할 것인지를 결정한다(단계 809). 구매를 결정한 경우 결제 수행과 동시에 해당 키워드에 대해서 인터넷 사용자에게 제공하고자 하는 소정의 광고 배너 데이터

를 본 발명에 따른 시스템으로 전송하고, 광고주를 식별할 수 있는 아이디 및 패스워드 정보를 상기 광고주로부터 입력 받는다(단계 810).

<93> 또한, 본 발명의 일실시예에 따르면, 사용자의 접속 의도와 관련된 소정의 검색어에 대하여 광고를 유치하는 단계는 경매 또는 입찰의 방식으로 수행될 수 있다. 즉, 본 발명에 따른 광고 시스템에서는 상기 해당 키워드 데이터에 대한 예상 노출회수 등의 정보를 제시하여 다수의 광고주에게 광고 유치를 공지하고, 다수의 광고주는 상기 검색어에 대한 광고 유치에 대한 금액을 제시하며, 본 발명에 따른 광고 시스템에서는 상기 금액 중 최고액을 제시한 광고 주의 광고를 유치하는 방식으로 상기 키워드 데이터에 대한 광고 유치가 수행될 수 있다.

<94> 본 발명의 일실시예에 의하면, 광고에 노출된 사용자들의 추후 행동에 대한 피드백 정보를 상기 광고주에게 제공하는 단계를 더 포함하도록 구현될 수 있다. 이러한 피드백 정보로는 해당 광고 노출 후 사용자가 광고주의 웹사이트를 방문한 횟수, 방문 주기, 재방문 횟수, 광고 노출 대 방문 비율 등이 있고, 상술한 바와 같이 본 발명에 따른 광고 시스템에서 미리 상기 사용자의 연령, 성별, 주소 등의 기본적인 정보를 유지하고 있는 경우에는 사용자의 기본 정보를 토대로 상기 광고주에게 더욱 상세한 피드백 보고를 하는 것이 가능할 수 있다. 이러한 피드백 정보를 광고주 또는 이를 필요로 하는 사람에게 제공함으로써, 본 발명에 따른 정보 제공의 효과를 정성적(quantitative)으로 판단할 수 있게 한다.

<95> 또한, 본 발명에 따른 사용자 접속 의도를 이용한 광고 방법에 있어서, 상기 광고 유치에 대한 소정의 광고료는 단계 808에서 해당 키워드 데이터에 대한 정보와 함께 상기 광고주에게 제시되고, 제시된 금액을 상기 광고주로부터 결제 받는 방식으로 결제가 수행될 수도 있고, 상기의 피드백 정보에 근거하여 해당 키워드 데이터에 대한 노출회수 또는 노출 대비 사용자의 클릭수 등을 근거로 하여 사후 정산하는 방식으로 결제가 수행될 수도 있다.

- <96> 도 9는 본 발명에 따른 인터넷 상의 광고 제공 방법의 일예를 도시하는 흐름도이다. 도 9에 도시된 본 발명에 따른 인터넷 상의 광고 제공 방법의 일예는 본 발명에 따른 인터넷 사용자 접속 의도 판단을 통한 키워드 광고 데이터(제1 광고 데이터) 이외에 종래 기술에 따른 일반 키워드 판매에 대한 일반 키워드 광고 데이터(제2 광고 데이터), 일반 배너 광고 데이터(제3 광고 데이터) 등의 다양한 종류의 광고 데이터를 어떠한 기준에 따라 하나의 사용자 인터페이스 화면에 구성할 것인가에 관한 일예이다.
- <97> 본 발명의 일실시예에 따르면, 상기 광고 데이터들은 다음과 같은 방식으로 사용자에게 제공될 수 있다.
- <98> 사용자로부터 본 발명에 따른 시스템에의 접속 요청을 수신하면(단계 901), 상기 접속 요청의 대상이 되는 웹페이지가 검색 페이지인지 여부를 판단한다(단계 902). 검색 페이지인 경우, 사용자로부터 소정의 검색어를 입력 받고(단계 903), 상기 입력된 검색어가 소정의 일반 키워드 판매에 의해 판매된 키워드인지 여부를 판단한다(단계 904). 일반 키워드 판매에 의해 판매된 키워드인 것으로 판단되는 경우에는 일반 키워드 데이터베이스(제2 데이터베이스)를 검색하여 해당 키워드와 연결된 상기 제2 광고 데이터를 사용자에게 제공할 수 있다(단계 909). 단계 904에서 상기 검색어가 일반 키워드 판매에 의해 판매된 키워드가 아닌 것으로 판단되는 경우에는 상기 사용자 단말기의 저장 수단에 소정의 쿠키 풀더를 검색하여 소정의 광고 파일이 있는지 여부를 판단한다(단계 905). 광고 파일이 있는 것으로 판단되는 경우에는 상기 광고 파일에 포함된 소정의 키워드 데이터에 대응하는 제1 광고 데이터를 상기 사용자에게 제공할 수 있다(단계 908). 단계 905에서 광고 파일이 없는 것으로 판단된 경우에는 일반 배너 광고 데이터베이스(제3 데이터베이스)를 검색하여 상기 제3 광고 데이터를 사용자에게 제공할 수 있다(단계 907).

<99> 단계 902에서 상기 사용자가 접속 요청을 한 페이지가 검색 페이지가 아닌 일반 페이지(뉴스 또는 게임 페이지 등)인 것으로 판단된 경우에는 상술한 흐름과 동일하게 상기 사용자 단말기의 저장 수단에 소정의 쿠키 풀더를 검색하여 소정의 광고 파일이 있는지 여부를 판단한다(단계 905). 광고 파일이 있는 것으로 판단되는 경우에는 상기 광고 파일에 포함된 소정의 키워드 데이터에 대응하는 제1 광고 데이터를 상기 사용자에게 제공할 수 있다(단계 908). 단계 905에서 광고 파일이 없는 것으로 판단된 경우에는 일반 배너 광고 데이터베이스(제3 데이터베이스)를 검색하여 상기 제3 광고 데이터를 사용자에게 제공할 수 있다(단계 907).

<100> 도 9에 도시된 본 발명에 따른 광고 제공 방법에 일예는 다양한 변형 실시예가 존재할 수 있다. 일예로, 단계 904에서 판매된 키워드라고 판단된 경우라도 제2 광고 데이터와 함께, 상기 사용자 단말기의 저장 수단에 소정의 쿠키 풀더를 검색하여 소정의 광고 파일에 포함된 소정의 키워드 데이터에 대응하는 제1 광고 데이터를 하나의 사용자 인터페이스 화면에 배치하는 것이 가능하다. 또한, 구현에 따라 도 9에 도시된 흐름은 상기 제1 내지 제3 광고 데이터 간의 우선 순위를 결정하기 위한 것이고, 상기 제1 내지 제3 광고 데이터가 하나의 사용자 인터페이스 화면에 다양한 방법으로 배치되어 사용자에게 제공되는 것도 가능하다.

<101> 도 10은 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 시스템의 일예를 도시한 구성 블록도이다.

<102> 도 10을 참조하면, 본 발명에 따른 인터넷 상의 광고 시스템은 중앙 서버, 및 광고 서버로 구성된다. 중앙 서버는 통신부(1020), 제어부(1030), 처리부(1040), 및 소정의 데이터베이스(1051)와 광고파일작성부(1052)를 포함하는 저장부(1050)를 포함하고, 광고 서버는 광고 송출부(1060), 제2 광고 데이터베이스(1071), 제3 광고 데이터베이스(1072), 분석부(1080), 및

저장부(1090)를 포함한다. 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 상의 광고 시스템의 구성 블록을 상세히 설명하면 다음과 같다.

<103> 중앙 서버는 사용자가 입력한 소정의 이벤트를 입력 받아 사용자의 관심 분야를 판단하고, 이를 소정의 광고 파일로 작성하여 본 발명에 따른 시스템 또는/및 사용자 단말기(1010)의 저장 수단에 전송하는 기능을 담당한다. 중앙 서버의 상세 모듈로서, 통신부(1020)는 사용자로부터 이벤트를 입력 받기 위한 것으로서, 사용자 단말기(1010)와 중앙 서버 간의 통신을 담당한다.

<104> 처리부(1040)는 상기 입력된 이벤트의 유형을 분석하고, 상기 분석된 이벤트의 유형을 기초로 소정의 기준에 따라 상기 사용자의 관심 분야를 판단하기 위한 것이다. 상술한 바와 같이, 이벤트의 유형 분석의 일례로, 유효 기간(effective period) 별로 이벤트의 유형을 분류할 수도 있다. 즉, 꽃배달과 같은 즉시성이 요구되는 검색어와 같은 이벤트의 경우에는 1일을 유효 기간으로 하고, 컴퓨터와 같이 일정 기간 추이를 살필 필요가 있는 검색어와 같은 이벤트의 경우에는 일주일을 유효 기간으로 하는 등, 각 이벤트에 대한 유형을 분석할 수 있다. 소정의 기준은 상술한 바와 같이 사용자의 이벤트 별로 선정된 몇 개의 조건으로서, 상기 이벤트 발생 빈도수, 상기 이벤트의 최근성, 및 상기 이벤트와 연관하여 기 설정된 우선 순위 중 하나 이상일 수 있다. 이벤트 유형의 분석 절차 및 소정의 기준에 따른 사용자의 관심 분야 판단 절차는 상술한 바와 같다.

<105> 저장부(1050)는 사용자의 관심 분야와 이에 대응되는 광고를 식별할 수 있는 소정의 부호를 기록하기 위한 것이다. 본 발명의 바람직한 일실시예에 따르면, 사용자에게 발행되는 광고 쿠키는 저장부(1050) 내의 광고파일작성부(1052)에서 작성된다. 이러한 광고 쿠키가 작성되어 사용자에게 전송됨으로써 사용자의 관심 분야와 소정의 기호를 기록할 수도 있고,

저장부(1050) 자체에 소정의 데이터베이스(1051) 수단을 구비하여 사용자 별로 관심 분야 및 이와 관련된 광고 등과 같은 정보 또는 정보의 식별 기호를 저장 관리하는 것도 가능하다. 또한, 본 발명의 바람직한 일실시예에 의하면, 저장부(1050)에 마련된 데이터베이스(1051) 수단은 중앙 서버가 아닌 광고 서버 내에 마련되어 소정의 추가적인 기능을 담당하는 것이 가능하다. 또한, 본 발명의 바람직한 일실시예에 의하면, 상기 사용자가 소정의 로그인 단계를 거쳐 접속한 경우 상기 광고 파일을 상기 사용자 정보 데이터베이스(도시되지 아니함)에 저장하는 것도 가능하고, 상기 사용자가 추후에 다시 로그인하여 소정의 인터넷 서비스를 이용하는 경우, 상기 사용자 정보 데이터베이스를 참조하여 상기 광고 파일을 추출하고, 상기 광고 파일과 관련된 소정의 광고를 상기 사용자에게 제공하도록 동작하는 것도 가능하다.

- <106> 제어부(1030)는 중앙 서버의 전반적인 동작을 제어하는 기능을 수행한다.
- <107> 광고 서버는 소정의 광고 내용을 저장 관리하는 역할을 수행하는 것으로서, 사용자 단말기(1010)에 저장되어 있는 광고 쿠키를 분석하여 소정의 광고를 사용자 단말기(1010)로 전달하는 기능을 담당한다. 또한, 본 발명의 일실시예에 의하면, 광고 서버는 본 발명에 따른 사용자의 관심 분야가 기록된 광고 파일을 작성하고, 이를 이용하여 광고를 제공하는 기능을 담당하는 것 뿐 아니라, 종래의 키워드 광고 또는 일반 배너 광고 시스템과 연동하여 다양한 종류의 광고를 사용자에게 제공하는 것이 가능하다. 도 10을 참조하면, 본 발명에 따른 광고 서버는 일반 키워드 판매를 통한 광고를 사용자에게 제공하기 위한 광고 데이터를 저장하고 있는 제2 광고 데이터베이스(1071) 및 일반 배너 광고를 사용자에게 제공하기 위한 광고 데이터를 제공하고 있는 제3 광고 데이터베이스(1072)를 포함할 수 있다. 광고 송출부(1060)는 중앙 서버의 제어부(1030)의 제어를 받아, 다양한 광고 데이터를 소정의 기준에 따라 사용자에게 제공한다. 즉, 하나의 사용자 인터페이스 화면에 사용자의 관심 분야에 따른 광고 데이터, 일반

키워드 광고 데이터, 일반 배너 광고 데이터 등의 다양한 광고 데이터를 소정의 기준에 따라 배치하게 되는데, 이러한 소정의 기준은 상기 광고 데이터들 간의 우선 순위를 설정하여, 일례로 우선 순위가 높은 광고는 사용자 인터페이스 우측 상단에 위치하고, 우선 순위가 낮은 광고는 사용자 인터페이스 좌측 하단에 위치하는 식으로 배치하는 것이 가능하다. 이러한 우선 순위는 광고주가 지불한 광고료에 따라 결정될 수 있다.

<108> 저장부(1090)는 광고 쿠키가 발행되는 경우 광고 쿠키가 발행된 대상 키워드, 키워드의 유형 정보, 광고 쿠키가 발행된 소정의 사용자 단말기의 번호 등의 정보를 저장하는 역할을 담당한다. 즉, 저장부(1090)에서는 발행된 광고 쿠키에 대한 데이터를 데이터베이스화하고, 분석부(1080)에서는 상기 발행된 광고 쿠키에 포함된 키워드 별로 각 사용자 단말기들이 소정의 인터넷 웹사이트에서 발생시킨 노출수를 집계한다. 이러한 노출수 집계는 해당 웹사이트의 총 사용자를 대상으로 할 수도 있지만, 총사용자 중 일부를 샘플링하여 노출수 집계를 수행하고, 총사용자에 대한 노출수를 통계적으로 추정하는 것도 가능하다는 것은 상술한 바와 같다. 또한, 분석부(1080)는 저장부(1090)에 저장된 해당 키워드 데이터 별 정보를 종합하여 광고주에게 제공할 소정의 피드백 보고 정보를 생성하는 역할을 담당한다.

<109> 또한, 광고 서버는 사용자의 접속 의도 목록에 대응하는 광고를 인터넷에 접속한 사용者에게 웹 브라우저를 통하여 제공할 뿐 아니라, 사용자의 전자 메일 계정으로 소정의 광고를 발송하거나 사용자의 이동 통신 단말기(휴대 전화기 또는 PDA 등)로도 소정의 광고를 발송할 수 있도록 동작할 수 있다. 도 10에 도시된 광고 서버는 중앙 서버와 물리적으로 구분되어 위치하는 것으로 도시되어 있으나, 이는 예시일 뿐이고, 중앙 서버와 광고 서버의 구분은 기능적 구분으로서 설명의 편의를 위한 것임은 자명하다 할 것이다.

- <110> 또한, 상술한 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 상의 광고 시스템을 구성하는 각 구성 요소들은 설명의 편의를 위하여 단순히 기능적으로 구분된 것일 뿐, 각 구성 요소의 실제 물리적 위치 또는 구현과는 무관하다.
- <111> 또한 본 발명의 실시예들은 다양한 컴퓨터로 구현될 수 있는 다양한 기능을 수행하기 위한 프로그램 명령을 포함하는 컴퓨터 판독 가능 매체를 포함할 수 있다. 상기 컴퓨터 판독 가능 매체는 프로그램 명령, 데이터 파일, 데이터 구조 등을 단독으로 또는 조합하여 포함할 수 있다. 상기 매체는 프로그램 명령은 본 발명을 위하여 특별히 설계되고 구성된 것들이거나 컴퓨터 소프트웨어 당업자에게 공지되어 사용 가능한 것일 수도 있다. 컴퓨터 판독 가능 기록 매체의 예에는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체(magnetic media), CD-ROM, DVD와 같은 광기록 매체(optical media), 플롭티컬 디스크(floptical disk)와 같은 자기-광 매체(magneto-optical media), 및 루(ROM), 램(RAM), 플래시 메모리 등과 같은 프로그램 명령을 저장하고 수행하도록 특별히 구성된 하드웨어 장치가 포함된다. 상기 매체는 프로그램 명령, 데이터 구조 등을 지정하는 신호를 전송하는 반송파를 포함하는 광 또는 금속 선, 도파관 등의 전송 매체일 수도 있다. 프로그램 명령의 예에는 컴파일러에 의해 만들어지는 것과 같은 기계어 코드뿐만 아니라 인터프리터 등을 사용해서 컴퓨터에 의해서 실행될 수 있는 고급 언어 코드를 포함한다.
- <112> 도 11은 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 방법 및 그 시스템에서 이용될 수 있는 범용 컴퓨터 시스템의 내부 블록도이다.
- <113> 컴퓨터 시스템은 램(RAM: Random Access Memory)(1160)과 루(ROM: Read Only Memory)(1170)을 포함하는 주기억장치와 연결되는 하나 이상의 프로세서(1140)를 포함한다. 프로세서(1140)는 중앙처리장치(CPU)로 불리기도 한다. 당업계에서 널리 알려져 있는 바와 같

이, 룸(1170)은 데이터(data)와 명령(instruction)을 단방향성으로 CPU에 전달하는 역할을 하며, 램(1160)은 통상적으로 데이터와 명령을 양방향성으로 전달하는 데 사용된다. 램(1160) 및 룸(1170)은 컴퓨터 판독 가능 매체의 어떠한 적절한 형태를 포함할 수 있다. 대용량 기억장치(Mass Storage)(1110)는 양방향성으로 프로세서(1140)와 연결되어 추가적인 데이터 저장 능력을 제공하며, 상기된 컴퓨터 판독 가능 기록 매체 중 어떠한 것일 수 있다. 대용량 기억장치(1110)는 프로그램, 데이터 등을 저장하는데 사용되며, 통상적으로 주기억장치보다 속도가 느린 하드디스크와 같은 보조기억장치이다. CD 룸(1120)과 같은 특정 대용량 기억장치가 사용될 수도 있다. 프로세서(1140)는 비디오 모니터, 트랙볼, 마우스, 키보드, 마이크로폰, 터치스크린 형 디스플레이, 카드 판독기, 자기 또는 종이 테이프 판독기, 음성 또는 필기 인식기, 조이스틱, 또는 기타 공지된 컴퓨터 입출력장치와 같은 하나 이상의 입출력 인터페이스(1130)와 연결된다. 마지막으로, 프로세서(1140)는 네트워크 인터페이스(1150)를 통하여 유선 또는 무선 통신 네트워크에 연결될 수 있다. 이러한 네트워크 연결을 통하여 상기된 방법의 절차를 수행할 수 있다. 상기된 장치 및 도구는 컴퓨터 하드웨어 및 소프트웨어 기술 분야의 당업자에게 잘 알려져 있다.

<114> 상기된 하드웨어 장치는 본 발명의 동작을 수행하기 위해 하나 이상의 소프트웨어 모듈로서 작동하도록 구성될 수도 있다.

【발명의 효과】

<115> 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 방법과 그 시스템에 의하면, 인터넷 사용자의 접속 의도를 파악함으로써 인터넷 상에 소정의 광고를 하고자 하는 광고주로 하여금 자신의 광고와 관련된 분야에 대해 관심이 있는 사용

자에게 광고를 제공할 수 있도록 함으로써 광고 효과를 극대화할 수 있다는 효과를 얻을 수 있다.

<116> 또한, 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 방법과 그 시스템에 의하면, 종래 기술에 따른 키워드 기반의 광고 방법을 뛰어 넘어, 새로운 광고 영역을 광고주에게 제공함으로써 광고 자원의 고갈이라는 문제점을 해결할 수 있다는 효과를 얻을 수 있다.

<117> 또한, 본 발명에 따른 인터넷 사용자의 접속 의도를 이용한 인터넷 상의 광고 유치 및 광고 제공 방법과 그 시스템에 의하면, 인터넷 사용자의 접속 의도를 미리 파악하고, 이러한 접속 의도와 관련된 광고를 인터넷을 통하여 사용자에게 제공하기를 원하는 광고주에게 이러한 사용자의 접속 의도 정보를 제공함으로써 새로운 광고 방법을 창출할 수 있다는 효과를 얻을 수 있다.

<118> 이상과 같이 본 발명은 비록 한정된 실시예와 도면에 의해 설명되었으나, 본 발명은 상기의 실시예에 한정되는 것은 아니며, 이는 본 발명이 속하는 분야에서 통상의 지식을 가진 자라면 이러한 기재로부터 다양한 수정 및 변형이 가능하다. 따라서, 본 발명 사상은 아래에 기재된 특허청구범위에 의해서만 파악되어야 하고, 이의 균등 또는 등가적 변형 모두는 본 발명 사상의 범주에 속한다고 할 것이다.

【특허청구범위】**【청구항 1】**

인터넷 상에서 광고를 유치하기 위한 목록을 생성하는 방법에 있어서,
인터넷을 이용하는 사용자로부터 소정의 이벤트를 입력 받는 단계;
상기 입력된 소정의 이벤트를 이력 데이터로서 기록하는 단계;
상기 이력 데이터의 유형을 분석하는 단계;
상기 분석된 유형을 기초로 소정의 기준에 따라 상기 이력 데이터 중에서 상기 사용자의
관심 분야로 판단되는 키워드 데이터를 추출하는 단계;
상기 추출된 키워드 데이터를 포함하는 소정의 광고 파일을 작성하는 단계;
상기 광고 파일에 포함된 키워드 데이터에 대한 소정의 정보를 각각 분류하여 저장하기
위한 키워드 데이터베이스를 유지하는 단계; 및
상기 사용자로부터 입력되는 이벤트에 따라 상기 키워드 데이터베이스에 저장된 상기
정보를 갱신하는 단계
를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상에서 광고를 유치하기 위한 목록을 생성하는
방법.

【청구항 2】

제1항에 있어서,
상기 이벤트는 상기 사용자가 인터넷 검색 엔진의 검색창에 입력한 검색어 또는 상기 사용자가 열람을 요청한 웹 페이지 정보인 것을 특징으로 하는 인터넷 상에서 광고를 유치하기 위한 목록을 생성하는 방법.

【청구항 3】

제1항에 있어서,

상기 이벤트의 유형은 상기 이벤트 별로 기설정된 소정의 유효 기간(effective period)이고,

상기 이벤트의 유형을 분석하는 단계는 상기 이벤트를 상기 유효 기간 별로 분류하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상에서 광고를 유치하기 위한 목록을 생성하는 방법.

【청구항 4】

제3항에 있어서,

상기 소정의 기준은 상기 유효 기간에 따라 기설정된(predetermined) 기간 동안 상기 이벤트가 입력된 회수인 것을 특징으로 하는 인터넷 상에서 광고를 유치하기 위한 목록 정보를 생성하는 방법.

【청구항 5】

제1항에 있어서,

상기 광고 파일은 쿠키(cookie) 파일인 것을 특징으로 하는 인터넷 상에서 광고를 유치하기 위한 목록 정보를 생성하는 방법.

【청구항 6】

제5항에 있어서,

상기 광고 파일은 상기 사용자의 단말기 번호, 상기 사용자의 식별 기호, 상기 키워드 데이터, 또는 상기 광고 파일의 만료일(expiration date) 정보 중 하나 이상을 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상에서 광고를 유치하기 위한 목록 정보를 생성하는 방법.

【청구항 7】

제1항 또는 제6항에 있어서,

상기 키워드 데이터에 대한 소정의 정보는 작성된 상기 광고 파일의 개수 정보 또는 상기 사용자에게 제공된 상기 키워드 데이터에 대응하는 웹페이지의 노출수 정보를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상에서 광고를 유치하기 위한 목록 정보를 생성하는 방법.

【청구항 8】

인터넷 상에서 광고를 유치하는 방법에 있어서,

제 1항에 기재된 방법에 따라 생성된 상기 소정의 정보를 저장하고 있는 키워드 데이터 베이스를 유지하는 단계;

제1 광고주로부터 소정의 광고 키워드를 포함하는 광고 요청을 수신하는 단계;

상기 키워드 데이터베이스를 참조하여 상기 광고 키워드에 대응하는 소정의 키워드 데이터를 검색하는 단계;

상기 검색된 키워드 데이터에 대응하는 소정의 안내 정보 데이터를 상기 제1 광고주에게 제공하는 단계;

상기 제1 광고주로부터 확인 응답을 수신하는 단계; 및

상기 광고 키워드와 상기 광고 키워드에 대응하는 제1 광고 데이터를 제1 광고 데이터베이스에 기록하는 단계

를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 유치 방법.

【청구항 9】

제8항에 있어서,

상기 키워드 데이터베이스를 참조하여 상기 광고 키워드에 대응하는 소정의 키워드 데이터를 검색하는 단계;

상기 광고 키워드에 대응하는 소정의 키워드 데이터가 없는 경우, 상기 수신된 광고 키워드를 소정의 저장 수단에 기록하여 유지하는 단계;

제 2 광고주로부터 상기 광고 키워드를 포함하는 키워드 검색 요청을 수신하는 경우 상기 저장 수단에 기록된 상기 광고 키워드의 소정의 카운터값을 증가시키는 단계;

상기 카운터값이 소정치 이상인지 여부를 판단하는 단계; 및

상기 카운터값이 소정치 이상인 경우, 상기 광고 키워드를 상기 키워드 데이터베이스에 기록하는 단계

를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 유치 방법.

【청구항 10】

제8항에 있어서,

상기 안내 정보 데이터는 상기 작성된 광고 파일의 개수 정보, 상기 사용자에게 제공된 상기 키워드 데이터에 대응하는 웹페이지의 노출수 정보, 또는 상기 광고 키워드의 가격 정보 중 하나 이상을 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 유치 방법.

【청구항 11】

제8항에 있어서,

상기 제1 사용자로부터의 상기 확인 응답은 소정의 광고 대금에 대한 결제 정보를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 유치 방법.

【청구항 12】

제8항에 있어서,

상기 광고 요청은 경매 또는 입찰 방식인 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 유치 방법.

【청구항 13】

제8항의 방법에 따라 유치된 광고를 제공하기 위한 방법에 있어서,

사용자의 인터넷 접속 요청을 수신하는 단계;

상기 광고 파일을 분석하여 상기 사용자의 키워드 데이터를 추출하는 단계;

상기 제1 광고 데이터베이스를 참조하여 상기 키워드 데이터와 대응하는 제1 광고 데이터를 검색하는 단계; 및

상기 검색된 광고 데이터에 따라 소정의 광고를 상기 사용자에게 제공하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 제공 방법.

【청구항 14】

제8항의 방법에 따라 유치된 광고를 제공하기 위한 방법에 있어서,

사용자의 인터넷 접속 요청을 수신하는 단계 ?? 상기 사용자로부터 소정의 검색어를 입력 받는 단계를 포함함 -;

상기 광고 파일을 분석하여 상기 사용자의 키워드 데이터를 추출하는 단계; 및
상기 제1 광고 데이터베이스를 참조하여 상기 키워드 데이터와 대응하는 제1 광고 데이터를 검색하는 단계;
소정의 키워드에 대응하는 하나 이상의 제2 광고 데이터를 저장하고 있는 제2 광고 데이터베이스를 유지하는 단계;
상기 제2 광고 데이터베이스를 참조하여 상기 사용자로부터 입력된 검색어에 대응하는 소정의 키워드를 검색하는 단계;
상기 검색된 키워드에 대응하는 제2 광고 데이터를 검색하는 단계;
상기 제1 광고 데이터 또는 상기 제2 광고 데이터를 소정의 기준에 따라 배치하여 사용자 인터페이스 화면을 구성하는 단계; 및
상기 사용자 인터페이스 화면을 상기 사용자에게 제공하는 단계
를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 제공 방법.

【청구항 15】

제8항의 방법에 따라 유치된 광고를 제공하기 위한 방법에 있어서,
사용자의 인터넷 접속 요청을 수신하는 단계;
상기 광고 파일을 분석하여 상기 사용자의 키워드 데이터를 추출하는 단계; 및
상기 제1 광고 데이터베이스를 참조하여 상기 키워드 데이터와 대응하는 제1 광고 데이터를 검색하는 단계;
하나 이상의 제3 광고 데이터를 저장하고 있는 제3 광고 데이터베이스를 유지하는 단계;

상기 제3 광고 데이터베이스를 참조하여 상기 제3 광고 데이터를 검색하는 단계;

상기 제1 광고 데이터 또는 상기 제3 광고 데이터를 소정의 기준에 따라 배치하여 사용자 인터페이스 화면을 구성하는 단계; 및

상기 사용자 인터페이스 화면을 상기 사용자에게 제공하는 단계
를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 제공 방법.

【청구항 16】

제13항에 있어서,

상기 사용자의 접속 요청을 수신하는 단계는 소정의 검색어를 입력 받는 단계를 더 포함하고, 상기 광고 제공 방법은

소정의 키워드에 대응하는 하나 이상의 제2 광고 데이터를 저장하고 있는 제2 광고 데이터베이스를 유지하는 단계;

하나 이상의 제3 광고 데이터를 저장하고 있는 제3 광고 데이터베이스를 유지하는 단계;

상기 제2 광고 데이터베이스를 참조하여 상기 사용자로부터 입력된 검색어에 대응하는 소정의 키워드를 검색하는 단계;

상기 검색된 키워드에 대응하는 제2 광고 데이터를 검색하는 단계; 및

상기 제3 광고 데이터베이스를 참조하여 상기 제3 광고 데이터를 검색하는 단계를 포함하고,

상기 소정의 광고를 상기 사용자에게 제공하는 단계는

상기 제1 광고 데이터, 상기 제2 광고 데이터, 및 상기 제3 광고 데이터를 소정의 기준에 따라 배치하여 사용자 인터페이스 화면을 구성하는 단계; 및
상기 사용자 인터페이스 화면을 상기 사용자에게 제공하는 단계
를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 제공 방법.

【청구항 17】

제14항 또는 제16항에 있어서,

상기 제2 광고 데이터는 일반 키워드 광고 데이터인 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 제공 방법.

【청구항 18】

제15항 또는 제16항에 있어서,

상기 제3 광고 데이터는 일반 배너 광고 데이터인 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 제공 방법.

【청구항 19】

제13항 내지 제16항 중 어느 하나의 항에 있어서,

상기 제1 광고주에게 상기 광고 제공에 관한 소정의 피드백 정보를 제공하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 제공 방법.

【청구항 20】

제19항에 있어서,

상기 피드백 정보는 상기 광고가 상기 사용자에게 제공된 횟수, 상기 광고에 대한 상기 사용자의 클릭 횟수, 상기 사용자의 상기 제1 광고주 웹페이지 방문 주기, 또는 상기 광고 제

공 후 상기 제1 광고주의 웹페이지 방문 회수 중 하나 이상을 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 상의 광고 제공 방법.

【청구항 21】

제1항 내지 제20항 중 어느 한 항의 방법을 실행시키기 위한 프로그램을 기록한 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체.

【청구항 22】

인터넷 광고 시스템에 있어서,

중앙 서버; 및

광고 서버를 포함하고,

상기 중앙 서버는 사용자로부터 소정의 이벤트를 입력 받기 위한 통신부;

상기 입력된 이벤트의 유형을 소정의 기준에 따라 분석하고, 상기 분석된 이벤트의 유형에 따라 상기 사용자의 관심 분야를 판단하기 위한 처리부;

상기 사용자의 관심 분야를 광고 파일로 기록하기 위한 광고 파일 작성부; 및

기타 광고 시스템과 연동하여 하나 이상의 광고 데이터를 소정의 기준에 따라 배치하여 사용자에게 제공하도록 상기 광고 서버를 제어하기 위한 제어부를 포함하며,

상기 광고 서버는

상기 기록된 광고 파일과 연관된 광고를 상기 사용자에게 제공하기 위한 광고 송출부;

상기 광고 파일에 관한 이력 정보를 저장하기 위한 저장부; 및

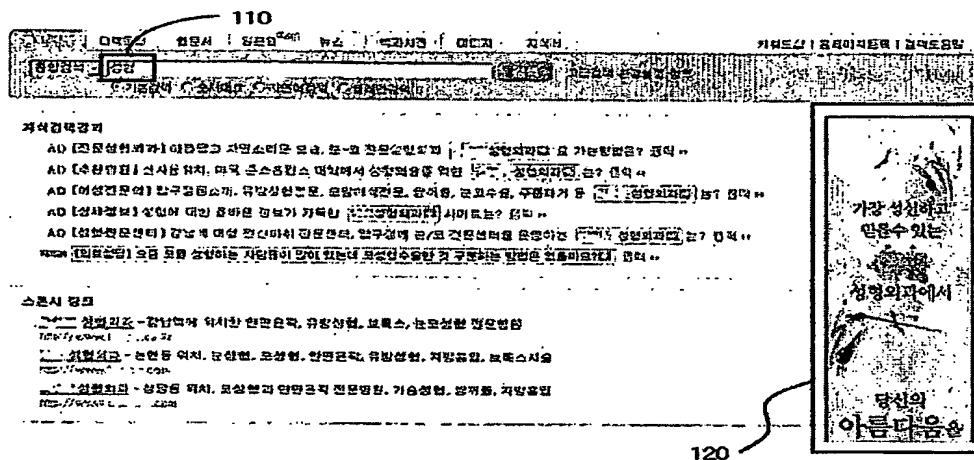
101 25400

출력 일자: 2004/4/28

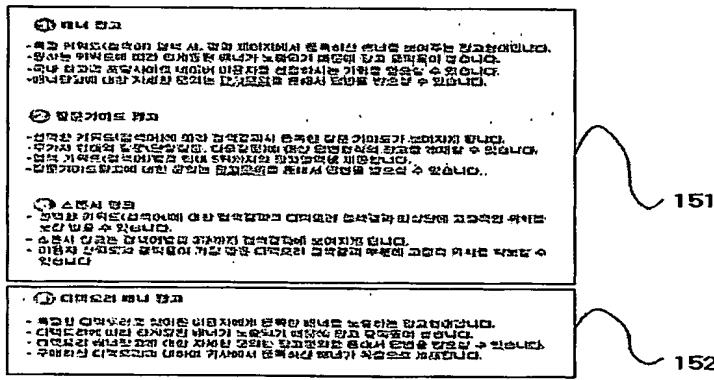
상기 저장된 이력 정보를 토대로 소정의 피드백 정보를 제공하기 위한 분석부
를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 시스템.

【도면】

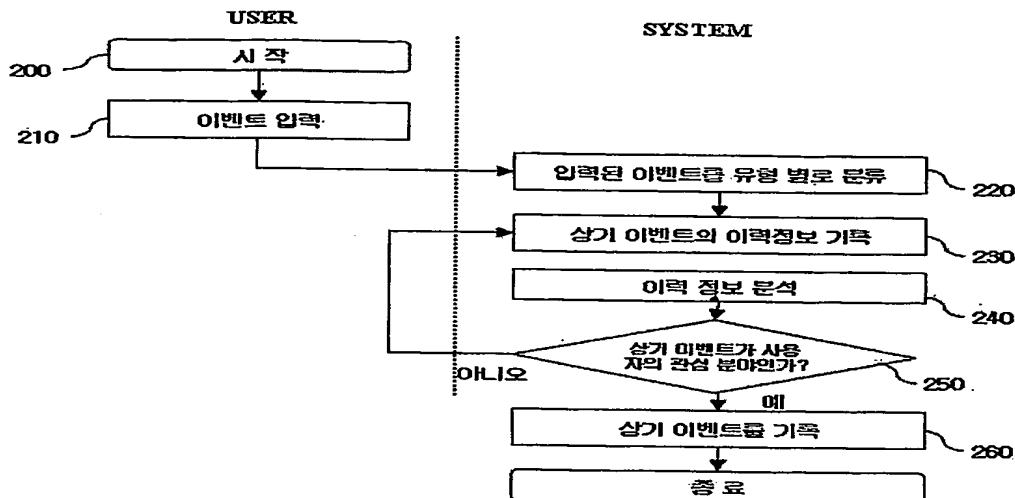
【도 1a】



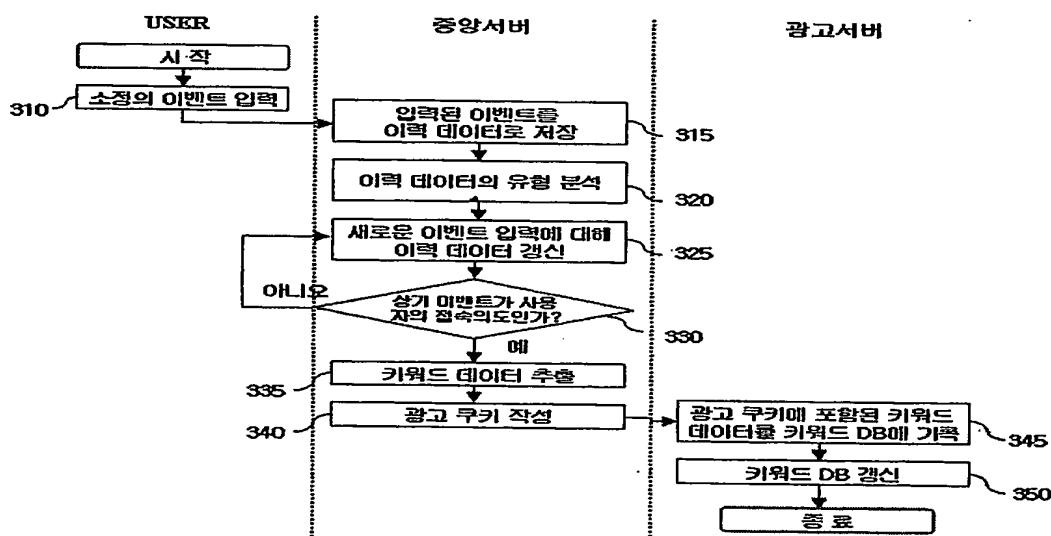
【도 1b】



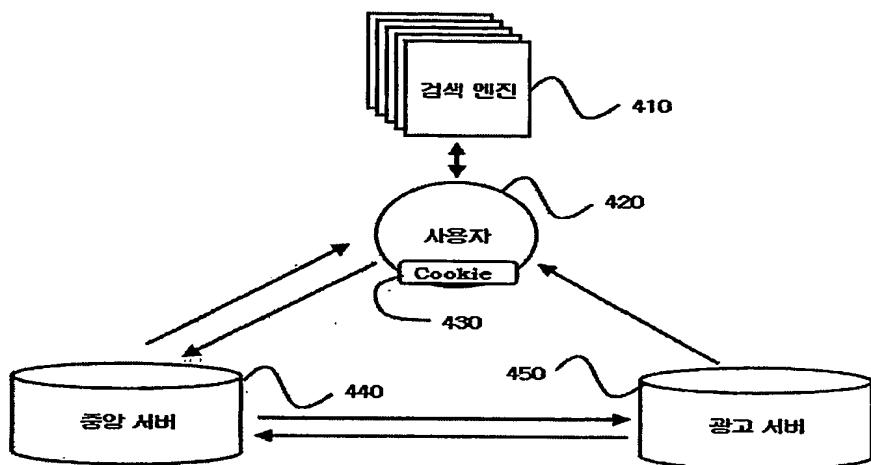
【도 2】



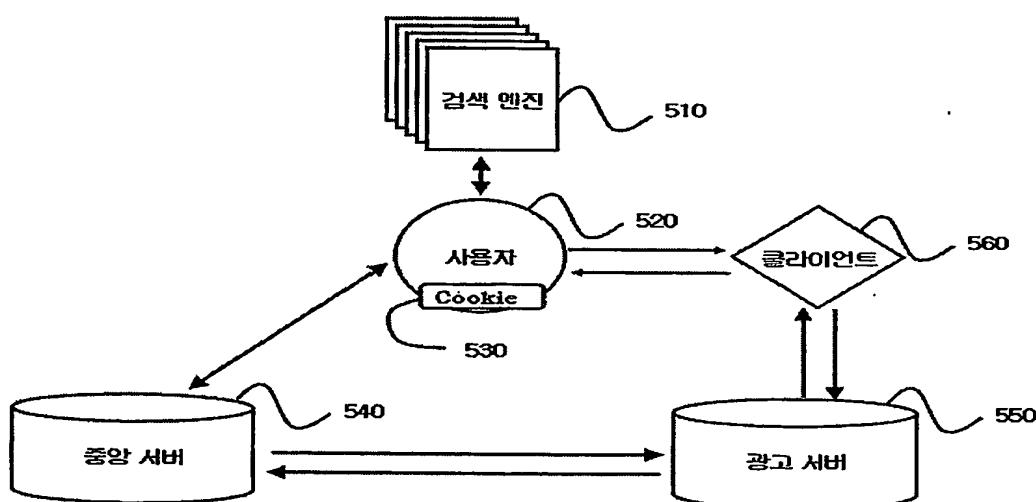
【도 3】



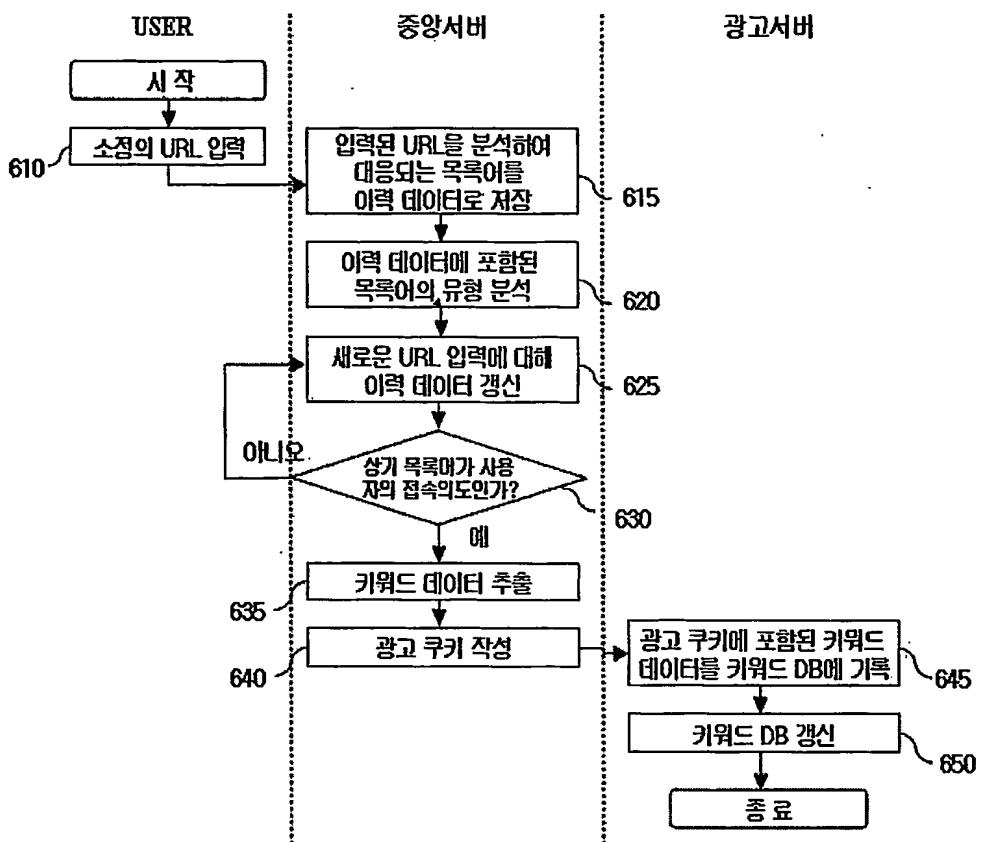
【도 4】



【도 5】



【도 6】



【도 7a】

⑤ 키워드 플러스 배너 광고

- 특정 키워드(검색어)를 검색했던 사용자들이 다른 것을 검색할 때도, 등록하신 배너를 반복해서 보여주는 광고 형태입니다.
- 하나의 키워드를 최근에 여러 번 검색했던 사용자들에게 노출되기 때문에 광고 흡족감이 높습니다.
- 해당 키워드(검색어)에 관심 있는 사용자에게 선택해서 노출되므로, 광고 배너를 반드시 보게 됩니다.
- 예를 들어 '대마리'를 최근 여러 번 검색한 사용자는 '대마리'에 관심이 많은 사용자입니다. 이 사용자는 다른 것을 검색할 때에도 '대마리'에 대한 관심을 유지합니다. 이런 사용자에게 최대 3일 동안 등록한 배너를 접종 노출합니다.
- 키워드 플러스 배너광고에 대한 자세한 문의는 [광고문의](#)를 통해서 답변을 받으실 수 있습니다.

【도 7b】

▶ 키워드 플러스 배너 광고

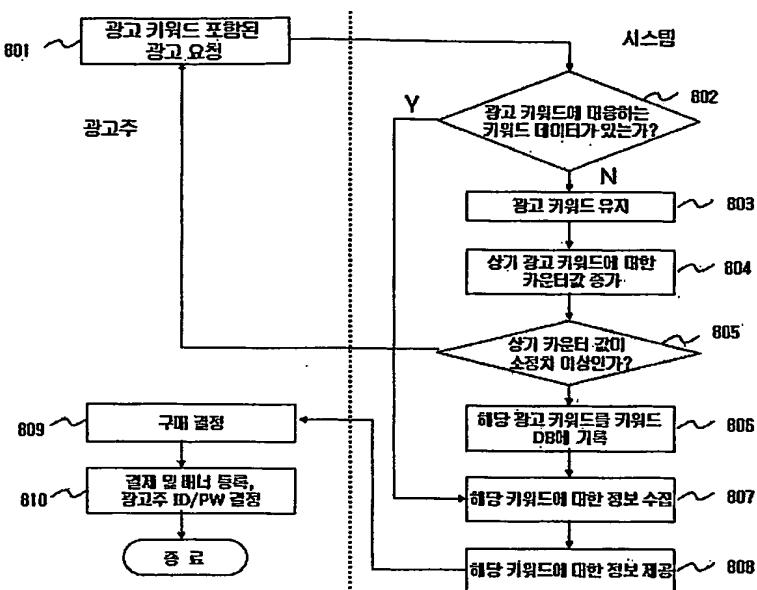
- 선택하신 키워드에 대한 네이버 키워드플러스 배너광고의 권장은 다음과 같습니다.
- 주문을 원하는 키워드를 선택하고 주문하기 버튼을 누르면 다른 단계로 넘어갑니다.
- '판매현황'의 키워드는 개악기간 중로 5월 전 자경부터 구매 가능합니다.
- 예 들어 2002-06-04이 종료하는 키워드 플러스 광고는 2002-05-30까지 24시 이후부터 구매가 가능합니다.

751

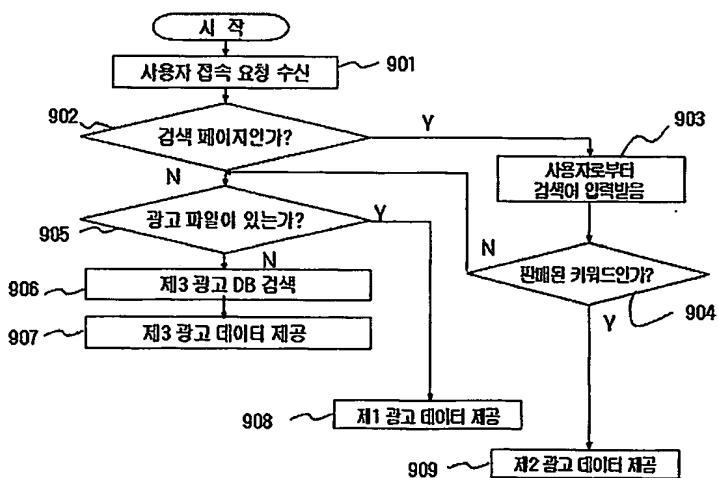
752

키워드	구매여부	계약기간	월 판매단가	예상 노출 가능 횟수
꽃배달	판매완료	2002-04-07~ 2002-07-09	420,000	32,000
꽃배달+서 네스	판매완료	2002-04-07~ 2002-07-09	150,000	2,600
꽃배달 은 타인상당	구매가능	-	100,000	2000회 미하
꽃배달소	구매가능	-	100,000	2000회 미하

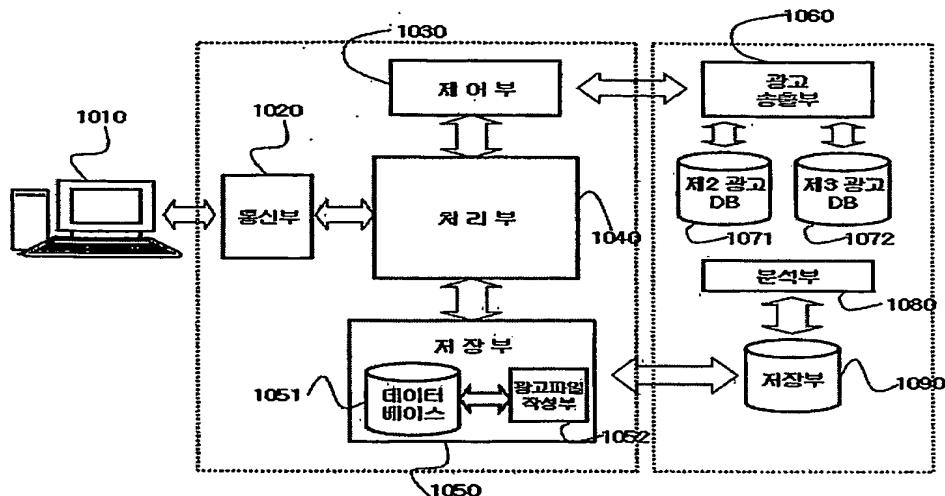
【도 8】



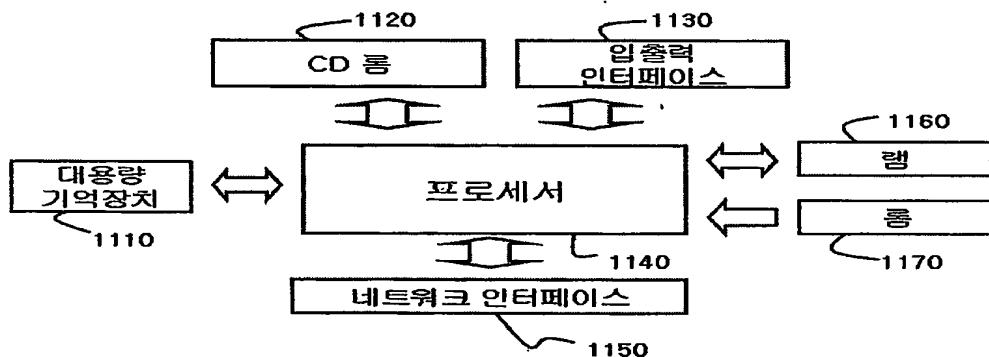
【도 9】



【도 10】



【도 11】



This Page is inserted by IFW Indexing and Scanning
Operations and is not part of the Official Record

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images include but are not limited to the items checked:

- BLACK BORDERS
- IMAGE CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT OR DRAWING
- BLURED OR ILLEGIBLE TEXT OR DRAWING
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED OR BLACK AND WHITE PHOTOGRAPHS
- GRAY SCALE DOCUMENTS
- LINES OR MARKS ON ORIGINAL DOCUMENT
- REPERENCE(S) OR EXHIBIT(S) SUBMITTED ARE POOR QUALITY
- OTHER: _____

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.
As rescanning documents *will not* correct images problems checked, please do not report the problems to the IFW Image Problem Mailbox